

CHILE SPECIAL 2012

THE



CLIPPER

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

# Chile

Dried &  
Dehydrated  
World Top  
Supplier



We are your direct way



**Chilealimentos**



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

**Chile**  
**World Leading Exporter**

1st in Dried Apples  
2nd in Prunes  
2nd in Walnuts  
3th in Raisins  
4th in Almonds



**Chilealimentos**<sup>®</sup>  
Chilean Food Industry Association

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



## RECORD BREAKING INDUSTRY

**Season after Season the Chilean dried and dehydrated fruit, vegetable and nuts industry breaks its own record. "Its development and growth is continuous thanks to its ability to adapt and respond to changing conditions and new market trends" commented Alberto Montanari, President of Chilealimentos.**

In 2011, this industry exported US\$ 680 million and grew 15% compared to the previous year. "Very few industries can expand for a full decade at an average annual rate of 11%, stated Montanari. This growth has made Chile, the world's 1st exporter of dehydrated apples, the 2nd in dried plums, 3rd in raisins and unshelled nuts, the 4th in shelled nuts and the 6th in shelled and unshelled almonds.

According to the president of Chilealimentos, international analyst studies indicate that despite the fluctuations in the world economy, in the next ten years, food sales will double at a world level. Therefore, the country will have the opportunity to continue to

## INDUSTRIA ALCANZA NUEVO RÉCORD

**Temporada tras temporada, la industria chilena de frutas y hortalizas secas y deshidratadas, y nuts alcanza un nuevo récord. "Su desarrollo y crecimiento es continuo gracias a su gran capacidad de adaptación y respuesta a las condiciones cambiantes y a las nuevas tendencias del mercado", comenta Alberto Montanari, presidente de Chilealimentos.**

En 2011 esta industria concretó exportaciones por US\$ 680 millones, con un crecimiento de 15% respecto del año anterior. "Son pocas las industrias que pueden expandirse durante toda una década a una tasa promedio anual de 11%", recalca Montanari. Este crecimiento ha llevado a que Chile sea, a nivel global, el 1er exportador de manzana deshidratada, el 2° de ciruelas secas, el 3° de pasas y nueces sin cáscara, el 4° de nueces con cáscara y el 6° de almendras con y sin cáscara.

Según el presidente de Chilealimentos, los estudios de los analistas internacionales, pese a los altibajos de la economía mundial, indican que en los próximos diez años las ventas mundiales de alimentos se duplicarán, por lo que el país tendrá la oportunidad de seguir progresando en materia de exportaciones. Las expectativas de la industria chilena de frutas y hortalizas secas y deshidratadas, y nuts son sobrepasar el billón de dólares hacia el año 2015. Ante esta expectativa favorable de la demanda mundial, continúa Montanari, "vemos que la industria de los alimentos se encuentra trabajando intensamente para materializar las inversiones que nos permitan incrementar la oferta de lo que producimos y agregar valor a los productos que ofrecemos al mundo."

Al respecto, uno de los principales avances ha ocurrido en la industria de las nueces, impulsado por el atractivo valor de esta fruta en los mercados internacionales. Frente a la menor disponibilidad de mano de obra los principales productores están invirtiendo en nueva maquinaria que optimizará el proceso de descascarado. "Estamos seguros que con esta nueva tecnología, referida a máquinas de última generación, elaboraremos productos tan buenos como los actuales; de hecho, algunas empresas la utilizan hace un tiempo en sus procesos productivos, con muy buenos resultados". De igual modo, las empresas productoras de ciruelas también han aumentando



increase its exports. Expectations of the Chilean dry and dehydrated fruit, vegetable and nuts industry is to reach over a billion dollars by 2015.

Faced with this favorable world demand, Montanari continued, we see that the food industry is working intensely to materialize the investments that will lead to increase production and add value to the products we supply to the world. In this sense, one of the main advances has taken place in the nuts industry, triggered by the attractive international market price.

Due to a lack of available labor, the main producers are investing in new shelling equipment that will optimize the process. "We are sure that with this new technology and "state of the art" equipment we will make products that are as good as those we have now; in fact some companies have been using them for some time now in their productive processes, with very good results." Likewise, plum producers have also increased their process capacity, taking advantage of the opportunities that other producing countries have provided to the market. For this, they have invested important sums in infrastructure, which has led to an increase in production as well as the development of new products, among which prunes without additives takes the lead into new markets.

### **NEW PRODUCTS, NEW MARKETS**

In this continuous industrial development, the president of Chilealimentos highlights the work of raisin producers, who following world practices have started to develop raisins from grapes harvested for this specific purpose. Nowadays, our country produces raisins using table grapes. Another product that is becoming important in Chile is the hazelnut, which is mainly produced in the Maule Region, because of the region's favorable climate. This product is highly sought after in Latin American countries, due to its great taste and its potential to be turned into other products such as hazelnut paste for the baking industry and hazelnut and cocoa cream, among others.

On the other hand, Montanari states that thanks to technology and quality assurance systems, the food industry and Chilean companies are making foods for the final consumer, as never before and are able to consider supply and logistics of buyers located in other countries. Within this industry, the greatest growth takes place with retail products to

su capacidad de proceso, aprovechando las oportunidades que han dejado en el mercado otros países productores. Para ello han hecho una importante inversión en infraestructura, lo que les ha permitido no sólo aumentar su capacidad de producción, sino que desarrollar nuevos productos, entre los que destaca la ciruela deshidratada sin aditivos con la que han ingresado a nuevos mercados.

### **NUEVOS PRODUCTOS, NUEVOS MERCADOS**

En este continuo desarrollo de la industria, el presidente de Chilealimentos destaca el trabajo de los productores de pasas, que siguiendo las prácticas mundiales, han comenzado a desarrollar el producto a partir de uvas cultivadas para este fin. En la actualidad, nuestro país produce pasas a partir de uva de mesa. Otro producto que adquiere relevancia en Chile es la avellana, que se produce mayoritariamente en la Región del Maule, debido a sus características climáticas. Se trata de un producto muy atractivo para los países Latinoamericanos, debido a su gran sabor y potencial para crear subproductos como la pasta de avellana para repostería, la crema de avellana con cacao, entre otros.

Por otra parte, como en ninguna otra etapa del desarrollo de la industria de los alimentos, gracias a la tecnología y los sistemas de aseguramiento de calidad -destaca Montanari- las empresas chilenas están elaborando alimentos para el consumidor final y son capaces de encargarse de la logística de abastecimiento de compradores ubicados en otros países. Dentro de esta línea el mayor crecimiento lo registran productos para marcas propias destinados al retail, que se desarrollan desde hace algunos años, para el mercado externo y más recientemente para el interno. A juicio del presidente de Chilealimentos, otro cambio significativo en la industria de deshidratados es consecuencia de la crisis económica en Europa, que ha perdido atractivo para las empresas exportadoras, las que han tenido que buscar otros mercados hacia dónde dirigir sus envíos. Sumado a lo anterior, el mal año que tuvo la industria argentina debido a escasa cosecha, dejó un importante mercado desabastecido, oportunidad que aprovecharon los productores nacionales, quienes destinaron parte de la producción a cubrir estas necesidades.

Otro destino interesante es Asia, esto se debe principalmente a que los países asiáticos consumen cada vez más deshidratados y al aumento conside-

be sold under the buyer's brand name. This has been happening for several years in external markets and recently in the domestic market.

The president of Chilealimentos believes that another important change in the dehydrated industry is due to the economic crisis in Europe. The European market is losing its appeal for exporting companies, and so these companies have needed to find new markets to send their shipments. Together with the above mentioned, the Argentinian industry had a bad year due to a meager harvest, leaving a large market without products; our national producers ceased this opportunity and used part of their production to cover the needs of several Latin American countries.

Another interesting market is Asia, due mainly to the fact that Asian countries are increasing their consumption of dehydrated food at a fast rate and due to the considerable growth in population as well as increased purchasing power. This industry processes more than 23 species of fruit and vegetable with avant-garde technology, permitting over 300 exporting companies to be in 95 countries of the world. Montanari highlights that Chile has a network of 22 agreements with 59 countries, which permits access and preferential trade deals with 62% of the world population. This translates into Chile having 4,302 million potential clients, representing 85.7% of the world GDP.

Add to this that the latest to join this network took place in April 2012, when the new Free Trade Agreement came into force with Malaysia and "we soon hope that Nicaragua and Vietnam will be added to this list, as negotiations have already concluded." On the other hand, due to Chile's interest in improving its access to markets, we are currently negotiating with Thailand the Trans Pacific Partnership agreement (Australia, Brunei, Chile, U.S.A., Malaysia, New Zealand, Peru, and Singapore).

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.

able que ha experimentado su población; así como su poder adquisitivo. Esta industria procesa más de 23 especies de frutas y hortalizas con tecnología de vanguardia, lo que le permite a más de 300 empresas exportadoras llegar a 95 países de los cinco continentes. En ello Montanari destaca que Chile tiene una red de 22 acuerdos con 59 países, que hoy le permite acceder con preferencias comerciales al 62% de la población mundial. Esto se traduce en que Chile tiene como potenciales clientes a 4.302 millones de personas, que representan el 85,7% del PIB mundial. Agrega que, la última incorporación a este red se produjo durante abril de 2012, mes en que entró en



vigencia un nuevo Tratado de Libre Comercio, esta vez con Malasia y "esperamos que próximamente se agreguen Nicaragua y Vietnam, países con los cuales las negociaciones ya están concluidas". Por otra parte, debido al interés de Chile por mejorar su acceso a los mercados, en la actualidad se encuentra negociando con Tailandia el acuerdo Trans Pacific Partnership (Australia, Brunei, Chile, EE.UU., Malasia, Nueva Zelandia, Perú, Singapur y Malasia).

Finalmente, el presidente de Chilealimentos señala que tan importante como abrir nuevos mercados, es proveer estos de forma ambientalmente sustentable. Es así como la industria chilena de alimentos elaborados, a través de Chilealimentos, se encuentra trabajando, en conjunto con el sector público, en un segundo acuerdo de producción limpia, donde los principales temas que se están abordando son la huella de carbono, la huella de agua, la eficiencia energética, la capacitación del personal, indicadores de sostenibilidad y generación de energía a partir de biosólidos.



Pointing to the new building:  
Juan Eduardo Laso and Luis Alberto Díaz Ochoa



### CONQUERING THE MARKET WITH A NEW PROCESSING LINE

**“While 2011 was a difficult year for exports, this year has been very exciting for us. My business partner Luis Alberto Díaz Ochoa and I decided to invest USD1.5 m in the expansion of our processing capacity and a new building,” says Juan Eduardo Laso, sales director of GVF Alimentos, San Felipe.**

“We are just importing a new processing line. Last year we purchased a laser sorter and an x-ray system. We visited companies in the US, Europe and Turkey and the new Big Tem line from Turkey is ready for operation in August, just in time for the new season.” With the “look through” system the equipment allows for more efficient manual sorting because

### EN EL MERCADO CON UNA NUEVA LÍNEA DE PROCESO

**“Mientras que el 2011 fue realmente difícil para las ventas de exportación, este año está siendo emocionante. Mi socio Luis Alberto Díaz Ochoa y yo, hemos decidido invertir 1,5 millones de dólares en la ampliación de nuestra capacidad de proceso y un nuevo edificio”, dice Juan Eduardo Laso, director de ventas de GVF Alimentos, San Felipe.**

“Después de que en los últimos años comprásemos una seleccionadora láser y un equipo de rayos X, ahora hemos importado una nueva línea de proceso. Hemos visitado empresas en los Estados Unidos, Europa y Turquía, y en Agosto – de cara a la nueva campaña – la nueva línea Big Tem de Turquía estará lista para su funcionamiento”, indica Laso. La instalación permite, mediante el sistema „Look through”, una clasificación manual más eficiente donde prácticamente cada trabajadora tiene su propia cinta transportadora, mediante la cual y gracias a unas compuertas especiales le llegan las frutas. Este sistema se une a los rayos X y la clasificadora láser como último paso antes del detector de metales, que en esta línea viene con uno de caída libre y otro de caja cerrada.

every worker has her own conveyor which feeds the fruits via special gates. This system is installed after the x-ray and laser sorter as a last step before the metal detector which comes with one free fall and one closed box unit in this line. Says Juan Eduardo Laso: "The new line is also better ergonomically designed because the workers don't have to turn their head because the fruits are delivered to them." Laso added that GVF has rented a new building in the west of San Felipe for administration and production. "This is a model plant", he says "together with the comprehensive experience my partner and I have gathered in the past 25 years and state-of-the-art equipment. The reason for this expansion is that we have signed contracts with large producers and the strategic decision to offer processing, sorting and packing services for raisins and other dried fruits. Our infrastructure has no longer corresponded to this new project." Laso states that some exporters are interested in a strategic co-operation with GVF. This means that an exporter buys the raw material which is processed by GVF and then put on the market by the exporter according to the "maquiladores" principle. "I don't think that this has already been tried in this industry yet. In this way the acquisition of equipment and rent for the new building can be realized in an economical way. The exporters, on the other hand, can profit from our reliability and our quality standards." While GVF is not active as a producer, Laso and Díaz consider themselves as consultants of the producers with whom they have been contractually associated since last year. They give advice in the field of cultivation of table grapes and drying methods, mainly sun drying. "With the customers we supply it is impossible to produce perfect raisins or sultanas from bad or average raw material."

Juan Eduardo Laso: "La nueva instalación también es más llevadera ergonómicamente, pues no tienes que girar constantemente la cabeza, los productos te vienen a ti."

Laso también cuenta que el GVF ha alquilado a largo plazo un nuevo edificio en el oeste de San Felipe para administración y producción. "Es una planta de muestra en la que se recoge la gran experiencia que hemos reunido en 25 años mi socio y yo. Está equipada con tecnología de última generación. El motivo para la ampliación han sido los contratos con los grandes productores y la decisión estratégica de abrirse a dar servicio de proceso, selección y embalaje de pasas y otros frutos secos. Nuestra infraestructura no se encontraba acorde con este nuevo proyecto."

Laso dice también que algunos exportadores estaban interesados en una colaboración estratégica con la GVF. Esto funcionaría entonces de la siguiente forma, la materia prima comprada por un exportador, se procesa por GVF y se lleva al mercado por el exportador siguiendo el principio de los 'maquiladores'. "No creo que esto se haya hecho antes en este sector. De este modo podemos rentabilizar económicamente la compra de la maquinaria y el alquiler del edificio. Por otro lado los exportadores pueden beneficiarse de nuestra fiabilidad y estándares de calidad." Aunque GVF no es productor, Laso y Díaz se ven como asesores de los productores, con los que están vinculados mediante contratos. Se trata de métodos de cultivo en uva de mesa y el modo de secado, sobre todo en secado al sol. "Con los clientes que nosotros tenemos, es imposible sacar de una materia prima mala o mediocre, una correcta pasa sultana."



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

**GVF** Alimentos  
SEGURIDAD · CALIDAD Y SERVICIO

Callejón Cifuentes S/N, Curimon, San Felipe, Chile / (56-34) 345126 [jelaso@gvfalimentos.cl](mailto:jelaso@gvfalimentos.cl) / [www.gvfalimentos.cl](http://www.gvfalimentos.cl)



### A SYSTEM OF CO-FINANCING FOR FOOD PROMOTION

**Interview with Félix de Vicente,  
Director of ProChile, Santiago**

*What is the percentage of ProChile's budget related to activities in the agricultural/horticultural/fruit and vegetable business?*

ProChile's budget comes from the Budget Act of the Nation. We have a wide range of activities related to promotion of exports of food in general in our country and in different world markets. We estimate that approximately 50% of the total of our activities are linked to the promotion of food, either by encouraging the participation of our companies in international fairs, supporting tours to new markets, events like "Flavours of Chile" or promoting the export supply of wines, among many other international activities. The promotional activities carried out by ProChile and companies involved, always engage co-financing of these. In this way we make sure that the activities are of interest of the beneficiaries. That is, private plus public resources.

### UN SISTEMA DE CONFINANCIAMIENTO PARA LA PROMOCIÓN DE ALIMENTOS

**Entrevista con Félix de Vicente,  
Director de ProChile, Santiago**

*¿Qué porcentaje del presupuesto de ProChile se destina a actividades en agricultura, y más concretamente en frutas y hortalizas?*

El presupuesto de ProChile proviene de la Ley de Presupuesto de la Nación. Tenemos una gama muy amplia de actividades vinculadas a la promoción de exportaciones de alimentos en los diferentes mercados mundiales. Estimamos que aproximadamente un 50% del presupuesto total de nuestras actividades están vinculadas a la promoción de alimentos, ya sea estimulando la participación de nuestras empresas en ferias internacionales, apoyando giras de prospección de nuevos mercados, con eventos como "Sabores de Chile" o para promocionar la oferta exportable de vinos, entre muchas otras actividades internacionales.

Las actividades de promoción que ProChile realiza y en las cuales participan empresas, siempre implican co-financiamiento por parte de éstas. De esta forma, nos aseguramos que las acciones sean de interés de los beneficiarios. Es decir, recursos privados más recursos públicos.

*¿Qué actuaciones realiza para abrir nuevos mercados para frutas y hortalizas procesadas, cómo soluciona las barreras comerciales, cómo se llevan a cabo los estudios de mercado y la búsqueda de nuevos socios comerciales?*

La eliminación de las barreras comerciales para la exportación e importación de bienes y servicios en general, y de los productos hortofrutícolas en particular, se enmarcan en la negociación y administración de los acuerdos comerciales que realiza y coordina la Dirección de Relaciones Económicas Internacionales del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile (Direcon).

Bajo estos acuerdos, se negocian disposiciones específicas que apuntan a normar, limitar y eliminar las barreras para facilitar el comercio de bienes y servicios. Los acuerdos comerciales además, otorgan el



*What is the procedure to open markets for processed fruit and vegetables regarding removal of trade barriers, market research and finding business partners in this field?*

The elimination of trade barriers for exports and imports of goods and services in general and horticultural products in particular are part of the negotiation and administration of trade agreements are conducted and coordinated by the Directorate of International Economic Relations, Ministry of Foreign Affairs of Chile (Direcon). Under these agreements are negotiated specific provisions that aim to regulate, reduce and eliminate trade barriers in order to facilitate trade in goods and services. Trade agreements also provide the framework for addressing any measure that imposes a business partner that involves an obstacle to trade, taking the necessary steps in coordination with public and private sector, pursuant to a virtuous trade flow.

In a complementary manner, the participation of Chile in multilateral fora grants another instance to raise the issues or specific trade concerns that afflict countries, which gives a positive synergy when presenting a problem to the international community. Regarding market research and search for trade partners ProChile has a vast experience through organizing and participating in many international events to promote the export supply of Chile and, a network of over 50 Trade Commissions and Offices strategically located in main international markets, supporting Chilean companies in their internationalization process.

*Which are the events in the agricultural/horticultural area sponsored or co-sponsored by ProChile?*

The structure of international events where ProChile carries out promotion is based on several pillars highlighted here: We participate in 21 food and beverages trade fairs worldwide. In some cases they are mono-sector or multi-sector food fairs. For example, we highlight our participation at Vinexpo, London Wine and Prowein, for the wine sector; Fruit Logistica (Europe and Asia) and PMA for fresh fruit; European Seafood Exposition (Belgium), Boston Seafood and Chinafisheries for seafood. Finally for food in general we exhibit at SIAL, FHC, Fancy Food, Prodexpo and Gulfood.

marco propicio para abordar cualquier medida que un socio comercial imponga que implique una traba al comercio, realizando las gestiones necesarias en coordinación con el sector público y privado, en virtud de un flujo comercial virtuoso. En forma complementaria, la participación de Chile en los foros multilaterales, otorga otra instancia para plantear los temas o preocupaciones comerciales específicas que aquejan a los países, lo cual da una sinergia positiva al presentar un problema frente a la comunidad internacional.

Respecto a los estudios de mercados y búsqueda de socios ProChile tiene la experiencia, a través de la organización y participación en múltiples eventos de promoción internacional de la oferta exportable de Chile, y una red de más de 50 oficinas comerciales dispuestas de manera estratégica en los principales mercados internacionales, que apoyan a las empresas chilenas en su proceso de internacionalización.

*¿Cuáles son los eventos más importantes para la agricultura, la horticultura, que cuentan con el apoyo de ProChile?*

La estructura de eventos internacionales en que ProChile desarrolla acciones de promoción, está basada en varios pilares que destacamos a continuación: Ferias internacionales: participamos en 21 ferias de alimentos y bebidas en el mundo. En algunos casos son ferias multisectoriales o monosectoriales de alimentos. Por ejemplo, podemos destacar la participación en Vinexpo, London Wine y Prowein, para el sector vitivinícola; Fruit Logistica (Europa y Asia) y PMA para fruta fresca; European Seafood Exposition (Bélgica), Boston Seafood y Chinaficheries para productos del mar. Finalmente SIAL, FHC, Fancy Food, Prodexpo, Gulfood entre otras, para alimentos en general.





### **A NEW FACTORY FOR NEW SALES MARKETS**

**“These are pickled chestnuts and chestnut puree (crema de castaña) which we export to Japan. The recipe has been adapted to match their taste. In the beginning we only sent the raw material to Japan where the cans were packed and processed. Now we pickle the chestnuts here and export the cans,” says Pedro Perelló Pincheira, head of the family business Conservas Los Angeles.**

“For our domestic market we use much more sugar, but the Japanese have a different taste.” The raw material is sourced exclusively in the south of Chile and comes both from natural and cultivated plantations. One of these plantations located very close to Los Angeles was owned by General Bernardo O’Higgins (1778-1842), Chile’s liberator and national hero.

Conservas Los Angeles was established more than thirty years ago. The main product and one of their specialties are dried rose hips (Rosa Mosqueta). Dried and finely ground rose hip is used as tea in Germany, Sweden, Denmark, France and Japan. “When the rose hips are ripe in autumn (March/April), we send

### **CON UNA NUEVA PLANTA A NUEVOS MERCADOS**

**“Estas son castañas en almíbar y crema de castañas, las exportamos a Japón. La receta se ha adecuado a su gusto. Al principio mandábamos la materia prima a Japón, y allí procesaban y envasaban las conservas. Ahora lo hacemos aquí, ponemos las castañas en almíbar y exportamos las conservas” informa Pedro Perelló Pincheira, jefe de la empresa familiar Conservas Los Ángeles.**

“Para nuestro mercado interno ponemos mucho más azúcar. Los japoneses tienen otro paladar.” La materia prima procede exclusivamente del sur de Chile, de plantaciones naturales y cultivadas. Una de ellas, muy cerca de Los Ángeles, fue en su día propiedad del General Bernardo O’Higgins (1778-1842), libertador y héroe nacional de Chile.

Conservas Los Ángeles se fundó hace más de 30 años. El producto principal y una de las especialidades es la rosa mosqueta deshidratada, que en Alemania, Suecia, Dinamarca, Francia y Japón la utilizan seca y molida para té. “En otoño (marzo/abril), cuando la rosa mosqueta está madura, mandamos a cientos de

hundreds of pickers into the nearby hills to harvest the fruits. Visitors often ask to see our rope hip farm but we don't have one. All rosebushes are wild." Total export volumes amount to 6,000 t.

On February 27, 2010 an earthquake measuring 8.8 on the Richter scale and a following tsunami stroke the Biobío Region causing severe damages. It also left its marks on the factory buildings of Conservas Los Angeles. For some years the Perelló family had been thinking about moving the processing and packing facilities from the center of Los Angeles to the arterial road leading to the Pan-American Highway (Panamericana Ruta 5). The move of the packing plant has already been realized, the facilities for the other departments are just being built. "The working conditions here and the access by road have become more and more difficult so that the new location will be much better for us and our staff. Moreover, we can grow



**Pedro Perelló  
Pincheira**

with our markets because we have more space for drying and processing," explains Pedro Perelló.

recolectores a las montañas para cosechar la fruta. Los visitantes preguntan muchas veces si pueden visitar una explotación de rosa mosqueta. Pero no las tenemos. Todos los arbustos crecen silvestres." La exportación total asciende a 6.000 tn.

El terremoto del pasado 27 de febrero 2010 de una magnitud de 8,8 en la escala de Richter, que vino acompañado de un tsunami en la región Biobío y que causó importantes daños, también ha dejado huella en el edificio de la planta de Conservas Los Ángeles. Ya unos años antes, la familia Perelló barajaba la posibilidad de trasladar el procesado y el envasado del interior de la ciudad de Los Ángeles a las afueras, cerca de la Ruta 5, carretera principal que uno todo Chile. Si bien este traslado se ha realizado ya para el envasado, las demás secciones todavía permanecen ahí. „Las condiciones de trabajo aquí y el acceso por carretera cada vez era más difícil, por lo que para nosotros y nuestros trabajadores el cambio a las nuevas instalaciones es una notable mejoría. Además – ya que contamos con más espacio para secado y procesado –

queremos aumentar nuestros mercados", explica Pedro Perelló.



Dehydrated  
rosehip shells



St. John's Wort /  
*Hypericum Perforatum*



Dehydrated  
rosehip fine cut



Chestnuts puree /  
Chestnuts in syrup



Refined oils of rosehip and  
chilean hazelnut

**Over 30 years supplying the world's main markets  
with Chile's finest natural product**



Conservas  
**Los Angeles®**

Head Office: Av. Alemania 523, Los Angeles, Chile / Phones: (56-43) 311541-313267-313756 / email: losangeles@perello.cl / www.losangeleschile.com



### IDEAL RAW MATERIAL FOR DRIED GRAPES

**Interview with Dr. Carolina Uquillas Herrera, agricultural engineer at the Regional Research Center La Platina of the Agricultural Research Institute (INIA), Santiago**

We are here in the Instituto de Investigación Agropecuarias (INIA) which is a private non-profit organization that is part of the Ministry of Agriculture. INIA was established in 1964 on the initiative of the country's agricultural businesses and is supported by the Rockefeller Foundation. The research projects are selected by means of a national invitation to tender with the involvement of the private sector.

We are helping to solve problems for the agricultural sector in Chile and worldwide. Our goal is innovation and better competitiveness. We operate 11 centers in the country's regions and La Platina is one of the largest among them. Since 1988 we have worked on the genetic program for new grape varieties and we are pioneers in this area. Until a few years ago the grape varieties planted here in Chile came from abroad and were unprotected. Nobody thought about breeding our own species. It was visionary what the scientists started back then.



**Dr. Carolina Uquillas Herrera**

### EN BUSCA DE LA MATERIA PRIMA IDEAL PARA PASAS

**Entrevista con la doctora Carolina Uquillas Herrera, Ingeniero Agrónomo del Centro Regional de Investigación La Platina del Instituto de Investigación Agropecuarias (INIA), Santiago**

El Instituto de Investigación Agropecuarias (INIA), principal institución de investigación agropecuaria de Chile, es una corporación de derecho privado, sin fines de lucro, dependiente del Ministerio de Agricultura. INIA se fundó en 1964 gracias a la iniciativa de un conjunto de entidades chilenas y contó con la ayuda de la Fundación Rockefeller. Los proyectos que trabaja son financiados a través del desarrollo de proyectos con fondos concursables del Estado y convenios con el sector privado.

Su trabajo consiste en formular y dar respuesta a las preguntas e inquietudes del sector de la agricultura en Chile y en un contexto mundial, de manera de producir innovación y mejorar la competitividad del sector silvoagropecuario. En las diferentes regiones de Chile hay 11 centros, y "La Platina" es uno de los más grandes. El año 1988 comenzaron con el Programa de mejoramiento Genético para la obtención de nuevas variedades de uvas, siendo pioneros en esta iniciativa en el país. En ese entonces, todas las variedades de uvas plantadas en el país eran de origen foráneo y de libre acceso y nadie pensaba en desarrollar variedades chilenas, por lo que cuando los científicos comenzaron a trabajar en la obtención de nuevas variedades se trató de un trabajo visionario.

*¿Cómo empezaron?*

Llegaban variedades de California y este instituto era el encargado de adaptarlas a las condiciones de cultivo de Chile. Ahora trabajamos en diversos cruces para generar nuestras propias variedades. La mayoría de ellas están orientadas a generar variedades de uva de mesa de exportación, pero también hemos desarrollado una línea de investigación destinada a la obtención de uvas para pasas. En ambos casos, las variedades más valoradas son las que producen uvas sin semillas. Para aumentar las probabilidades de contar con este tipo de materiales, se privilegian los cruzamientos en los que ambos padres son no semillados. La recuperación de la progenie ("hijos") en estos casos requiere rescatar los rudimentos semi-

*How did research start?*

The cultivars came from California and the task of this institute was to adapt these varieties to local conditions. Today we perform cross-breeding and develop our own species. Most varieties are destined for fresh consumption. Now we are searching for varieties suitable for drying. These are seedless grapes in most cases. We often select seedless grapes as “fathers”. The genetic identification of the “children” requires that we dissolve the embryos and breed them in vitro. Currently we have 7,000 pieces of this planting material in the field from a total of three table grape varieties, some advanced varieties as well as some species that may be suitable for drying in the near future.

*Which characteristics must a grape, a special cultivar for drying have?*

First it should be seedless with a suitable acidity and a high sugar content. It must be high-yield with at least 40 t/ha. The sugar content of a grape for fresh consumption is 16.5° Brix. For a raisin we need much more, between 21 and 23° Brix. A higher sugar content also means a better texture, a higher solid content, better taste and a higher yield in the drying process. The rate of yield should be at least 4:1.

*When you talk to grape producers and mention mixed production (meaning table grapes and raisins), they always say that it is economically not possible to plant special grape varieties for drying. Do you want to change this?*

Sure. It is currently not possible because first the varieties have been developed for the fresh market and not for raisins, second because the producers must make great efforts for the export market and third because the grapes are harvested with a sugar content that is not sufficient for drying. One example: the fruit is harvested with 16° Brix and yield is 5:1. If you harvest the grape with 22° Brix, the yield is increased to 3,7:1 and the producer gets more for the raw material. The new grape varieties developed by INIA achieve yields between 3 and 4 kg of raw material for 1 kg of raisins. In addition, some work steps are not necessary in cultivation such as hormonal treatment or reduction of saplings. We succeeded in developing a small currant which is perfectly suited as a snack. We developed the grape genetically and reduced the number of saplings rigorously. One of our favourites is similar to the Thompson Seed-

nales antes que aborten y pasar por un proceso de rescate de embriones y cultivo in Vitro. Actualmente, contamos con más de 7.000 segregantes en campo, 3 variedades de uva de mesa y varias selecciones avanzadas de uvas de mesa y uvas para pasas con posibilidades de convertirse en variedades en un futuro cercano.

*¿Qué propiedades ha de tener una uva, una baya para que se pueda secar de la mejor forma posible?*

En primer lugar deben ser uvas ¡sin semillas! con una adecuada relación azúcar-acidez, idealmente uvas de acidez baja y con alto contenido de azúcar, y altamente productivas, al menos 40 toneladas de fruta fresca por hectárea. En cuanto al contenido de azúcar, la fruta destinada al consumo en fresco se cosecha cuando contiene 16,5°Brix. Para una pasa de buena calidad necesitamos 21-23°Brix, es decir un contenido de azúcar mucho mayor. Este contenido de azúcar asegura una mejor calidad en cuanto a textura, contenido de fibra, sabor y aumentar el rendimiento en el proceso de secado, donde la relación de una uva fresca a pasa debe ser al menos de 4:1. En el caso de pasas rubias, es importante que la fruta no se manche, porque este defecto afecta la apariencia del producto final.

*Al hablar con productores de uvas sobre el sistema mixto (uvas de mesa en fresco y el resto para secado) me cuentan que económicamente no es viable plantar variedades especiales para secado. ¿Quieren ustedes cambiar esto?*

Naturalmente. En la actualidad no es viable porque (1) las variedades usadas no fueron desarrolladas para producción de pasas, (2) porque los productores las manejan como para uva de exportación con todos los altos costos en mano de obra que esto implica, y (3) porque normalmente no las cosechan con el grado de azúcar adecuado, lo que disminuye el rendimiento de secado. A modo de ejemplo, si la fruta es cosechada con 16° Brix se obtiene una razón de secado de 5:1, en cambio si es cosechada con 22°Brix esta razón aumenta a 3,7:1, aumentando los ingresos del productor. Las nuevas selecciones avanzadas INIA tienen rendimientos de secado entre 3 y 4, y en el manejo del cultivo eliminamos algunos trabajos que son necesarios para la uva de mesa como aplicaciones hormonales y arreglos de racimos. Nos orientamos a pasas pequeñas tipo Corinto, que se utilizan en repostería y a pasas de calibres naturalmente



## THE CLIPPER CHILE SPECIAL



less grape, but it is not a Thompson. If we omit the hormones, the grapes are much larger, for Thompson 16 mm instead of 12 mm. We achieve this by reducing the saplings to 58 per plant.

*Can you tell us something about specific projects?*

From 2006 through 2009 we realized a project with the aim of developing special varieties which are better suited for drying. The costs were born by the government and supported by funds from producers and exporters such as Frutexsa. We selected the most suitable varieties, supplied the cultivation technology, harvesting methods and sensory inspection and assisted in drying and industrial evaluation. Uniformity of colour, size and texture were the key features. We analysed the damages caused by handling, fungal infestation and insects and came up with the category Extra for the variety "wine grapes for drying".

grandes para "snack". Esto se consigue con la característica genética de la variedad y regulando el número de racimos por planta. Una de nuestras selecciones favoritas es muy parecida en apariencia y cosecha a Thompson Seedles, pero no es una Thompson. Sin utilizar ninguna hormona las bayas crecen con mayor tamaño, 16 mm promedio versus los 12 mm de Thompson. Este calibre se obtiene regulando la carga a 58 racimos por planta. Esta selección presenta un racimo naturalmente suelto el que sólo se interviene despuntándolo.

*¿Podría mencionarme un proyecto en concreto?*

Entre los años 2006 y 2009 llevamos a cabo un proyecto orientado a la selección de cultivares chilenos de vid con mayor potencial para producción de pasas de calidad para el mercado nacional y de exportación. Este proyecto

contó con financiamiento del Estado y aportes privados de productores de uva y de empresas paseras como Frutexsa. Nosotros suministramos las selecciones avanzadas, manejo agronómico, cosecha, evaluación sensorial y la empresa colaboró en el proceso de secado y evaluaciones de calidad industrial. Se han analizado uniformidad de color, uniformidad de tamaño de la baya, textura, presencia de defectos debidos a daño mecánico, hongos y otros, obteniendo nuestra "selección de pasa" una Categoría "Extra".

*¿Esta uva para secado se cosecha de forma mecánica o manual?*

Todavía de forma manual. No se lo va a creer, pero la cosecha mecánica para pasas aquí en Chile todavía es algo novedoso. Cultivamos la uva siguiendo el método español, el parral, y se cosecha a mano. También tengo que decirle que hasta la fecha no

*Were the grapes harvested by hand or mechanically?*

Still by hand. There was no question about it because mechanical harvest of grapes for raisins is still very new here. We plant the grapes according to the Spanish hanging (parral) method and harvest them 100% by hand. I must say that we have not developed a variety for mechanical harvest so far. The reason is that producers prefer the hanging training system and do not use trellis. This will certainly be the next step in research.

*What is the yield per hectare? Can you give us some figures?*

To date, no. You know, the raisin business is growing very fast but the volumes are still very small. We would need large-scale production tests. The largest quantity we have ever planted was 50 vines, but normally we only plant 10.

*Which results did you achieve for this special variety in terms of costs?*

An agricultural economist participated in our trials. In any case, we know that various work steps can be omitted which are required for grapes for fresh consumption. I already mentioned the higher productivity and efficiency, and the result is a good product suited for export. Since the completion of the project in 2009 we have received enquiries and great interest so that the realization of a special variety is not far away.

hemos evaluado ninguna variedad para cosecha mecánica. Los agricultores aquí están acostumbrados al cultivo en parrón español y no quieren plantar en espaldera. Pero seguramente que el próximo paso en la investigación irá en este sentido para la adecuación a la cosecha mecánica, igualmente que el secado en la rama.

*¿Cuentan con datos generales de cultivo? Me refiero a producción por hectárea*

No, todavía no. El negocio con pasas crece realmente rápido, pero el volumen todavía es pequeño. Queremos hacer ensayos con productores privados. La mayor línea de ensayos que tenemos hasta ahora se reduce a 50 parras. En su mayoría trabajamos con 10 plantas.

*¿Cuál es la relación con los costes de esta variedad especial para el secado?*

Un experto economista agrario participaba en los ensayos. Lo que puedo decir es que manejando las plantas para producción de pasas, es decir, eliminando varias de las labores de trabajo que se necesitaban para el consumo en fresco, y con la alta productividad y eficiencia de secado de nuestra selección el negocio se vislumbra rentable, ya que se logra un producto de calidad exportable. Entre tanto el proyecto ha finalizado (2009), pero una y otra vez, observo el gran interés que existe hacia una variedad especial para el secado.





Invertec's President Alberto Montanari showing new product lines

### EXCEPTIONAL PRODUCTS ARE KEY TO SUCCESS

---

In 1987 the Montanari family from Ravenna, Italy, founded the Invertec Holding, realizing a project emerging from Chile's competitive advantage as a production powerhouse for processed food. Invertec Foods started in 1988 and became the world's largest producer of dehydrated peppers and the second largest producer of dried apples as supplier for the world's food industry.

In the meantime the company's scope of supply has been considerably extended. Along with ingredients such as dried vegetables, the range also includes dried apples in many shapes such as pieces or chips, says production manager Pablo Aravena Durán. The berry business for the processing sector is also very successful. Blueberries are supplied as fresh fruits, IQF-frozen or puree, and dried berries with less than 3% residual moisture.

### PRODUCTOS EXCEPCIONALES SON LA CLAVE DEL ÉXITO

---

En el año 1987 la familia Montanari de Rávena, Italia, llegó a Chile y fundó la empresa Invertec. Los inversores estaban seguros de que Chile pronto sería una fuente de abastecimientos de primera calidad de alimentos procesados y que presentaría grandes ventajas competitivas. Un año atrás, la empresa empezó con Invertec Foods en Rengo y se convirtió en el mayor productor de pimientos secos del mundo y el segundo en manzanas deshidratadas como proveedores de la industria alimentaria.

Entre tanto el programa de producción de la empresa se ha ampliado fuertemente. Junto a ingredientes como hortalizas secas, hoy también pertenecen al programa de producción las manzanas deshidratadas en formas muy variadas como trozos o chips, dice Pablo Aravena Durán, jefe de producción. El negocio de los berries también es, en el sector del



Consumer packs with dried apples of the Granny Smith, Fuji and Royal Gala varieties are produced for export on a new processing and packing line. Customers are in Latin America, the US and Asia. "In today's food market it is essential to offer something exceptional beyond the conventional product lines." So products such as not concentrated plum juice, Jalapeño and Chili peppers are developed.



procesado, muy exitoso. Arándanos congelados IQF como fresco, suministrados como puré y los berries en su forma seca con menos del 3% de humedad. En una nueva línea de procesado y envasado se confeccionan para exportación los envases para los consumidores con manzanas deshidratadas de la variedad Granny Smith, Fuji y Royal Gala. Los clientes se encuentran en Latinoamérica, Estados Unidos y Asia. "En el mercado para alimentación, hoy en día, es de vital importancia ofrecer algo fuera de lo normal, a parte de la línea de producto convencional." Y existen productos como zumo de ciruela no concentrado, jalapeño y ají seco.



**Try us!**

Try our wide range in **dehydrated apples**, you will be surprised with the possibilities Invertec can give you.

Low moisture Dices,  
Slices and Powder  
High moisture Wedges  
and Rings

email: [sales@invertec.cl](mailto:sales@invertec.cl) / [www.invertecfoods.com](http://www.invertecfoods.com)  
Phone: 56.2.580 5300 / Twitter: Inverfoods





### REASON FOR JOY: A BIG CROP

---

**The best crop season in the history of Chile's prune industry: 75,000 t. With the carry-over from the last season amounting to 8,000 t to 9,000 t, a total volume of 83,000 t is available for export. We asked Héctor Claro, Managing Director of Prunesco, Pirque: Do you have markets for these tremendous volumes?**

Yes, we are very confident. It sounds dramatic but the very small harvest on the other side of the Andes, in Argentina, gives us leeway to sell higher volumes. For example, we managed to win back the huge Brazilian market, the "home market of our Argentinean neighbors, both members of the Mercosur free-trade zone. We achieved growth rates exceeding 100%.

Our export volumes to the until now very strong North African market have dropped due to the political instability caused by the Arab Spring. Russia has become a key market. In 2010 Argentina supplied 9,000 t, Chile 12,000 t, the US 6,000 t and the Balkan States another 10,000 t. In 2011 import dropped to 27,000 t which is still a very significant volume. This year Chile will export 80% of the total crop volume, meaning 60,000 to 70,000 t. The prospects for further trade agreements are excellent, too.

### UNA GRAN COSECHA, MOTIVO DE ALEGRÍA

---

La mayor cosecha de la historia del sector chileno de la ciruela seca: 75.000 tn. El sobrante de la cosecha del año pasado está entre 8.000 tn y 9.000 tn, esto hace un total de 83.000 tn para exportación. Pregunta para Héctor Claro, Gerente de Prunesco, Pirque: ¿cuentan con mercados para un volumen tan grande?

Sí, estamos convencidos. Aunque suena dramático una muy pequeña cosecha al otro lado de los Andes, en Argentina, nos da más área de juego para la comercialización de un mayor volumen. Por ejemplo hemos podido recuperar el gran mercado brasileño, que es como un mercado interior para los colegas de Argentina, pues ambos son estados miembros de la zona de libre comercio, Mercosur. Tenemos más de un 100% de crecimiento allí.

En el, hasta la fecha, importante mercado norteafricano nos hemos debilitado. El motivo reside en la inestabilidad política consecuencia de la primavera árabe. Rusia se ha convertido en un mercado muy bueno. En 2010 Argentina suministró 9.000 tn, Chile 12.000 tn, los Estados Unidos 6.000 tn y 10.000 tn



Prune processing line at Prunesco, Pirque

*What is the reason for this development which is contrary to the fears that even a volume of 55,000 t cannot be sold on the world market?*

The low prices are the reason. Look: the global economic outlook is, well, not very bright. And in this situation the very well-priced prunes replace other products or ingredients such as apricots. Indeed, we cannot tell how consumption will develop in the future. According to statistics of the International Prune Association (IPA) consumption has increased by 10% worldwide. A phenomenon we have not known in the past twenty years. But don't forget, this is due to the bearish market.



**Hector Claro, Managing Director and Gaspar Espejo, Production Director, Prunesco**

*Is it only the low prices that cause such a surge in demand? Or better marketing efforts?*

I would say, not marketing, but sales. Today we as Prunesco sell prunes in every corner of the world, however remote. Wherever someone is interested in our products, we are represented there and sell. We currently have customers in 47 countries. We are not ignoring small or tiny markets. All in all: we are more aggressive on existing and potential sales markets.

más de los Balcanes. En el año 2011 la importación retrocedió a 27.000 tn, aunque sigue siendo una cantidad importante. Chile este año exportará un 80% de su cosecha, es decir unas 60.000 a 70.000 tn. También las previsiones en cuanto a la firma de más acuerdos de comercio son bastante buenas.

*¿Cuál es el motivo para este desarrollo, que por el contrario choca con los temores de no poder mandar al mercado 55.000 tn?*

El motivo es el bajo precio. El desarrollo de la economía mundial, no es que ahora sea de color de rosa, y ellas – las muy asequibles ciruelas secas – sustituyen en este contexto a

otros productos o ingredientes como los albaricoques secos. De hecho tenemos una evolución del consumo que no podíamos prever. Según las estadísticas de la International Prune Association (IPA) indican que el consumo a nivel mundial ha crecido un 10%. Un fenómeno que no hemos conocido en los últimos 20 años. Pero no olvidemos que tiene que ver con los bajos precios.

*¿Solo son los bajos precios los que provocan esta mayor demanda? ¿Se realizan más esfuerzos en marketing?*

Yo diría que marketing no, más bien ventas. Nosotros como Prunesco vendemos hoy ciruelas

secas en todos los rincones del mundo, tan lejos como estén. Donde haya un ápice de interés por nuestro producto, allí estamos representados y vendemos. En estos momentos tenemos clientes en 47 países. Tampoco dejamos fuera ni pequeños ni muy pequeños mercados. En resumidas cuentas: nos hemos vuelto más agresivos en los mercados existentes así como en los potenciales. Una cosa quiero añadir: contamos con un gran respaldo del gobierno. La promoción oficial ha ayudado mucho. Ahora visi-



Let me add: we are strongly supported by our government. Their official promotion has helped very much. We are attending more trade shows than ever, but only consumer-oriented events. We are interested in the consumers themselves and not so much in traders. At the beginning of the year we participated in an exhibition in China under the name "Sabores de Chile" (Flavours of Chile). In a recent IPA meeting some members were surprised at our efforts and success with this innovative approach to consumers which is only possible with state assistance. We proceed like this: we present a number of projects from which the best are selected and these are financed by ProChile and the private sector sharing costs equally.

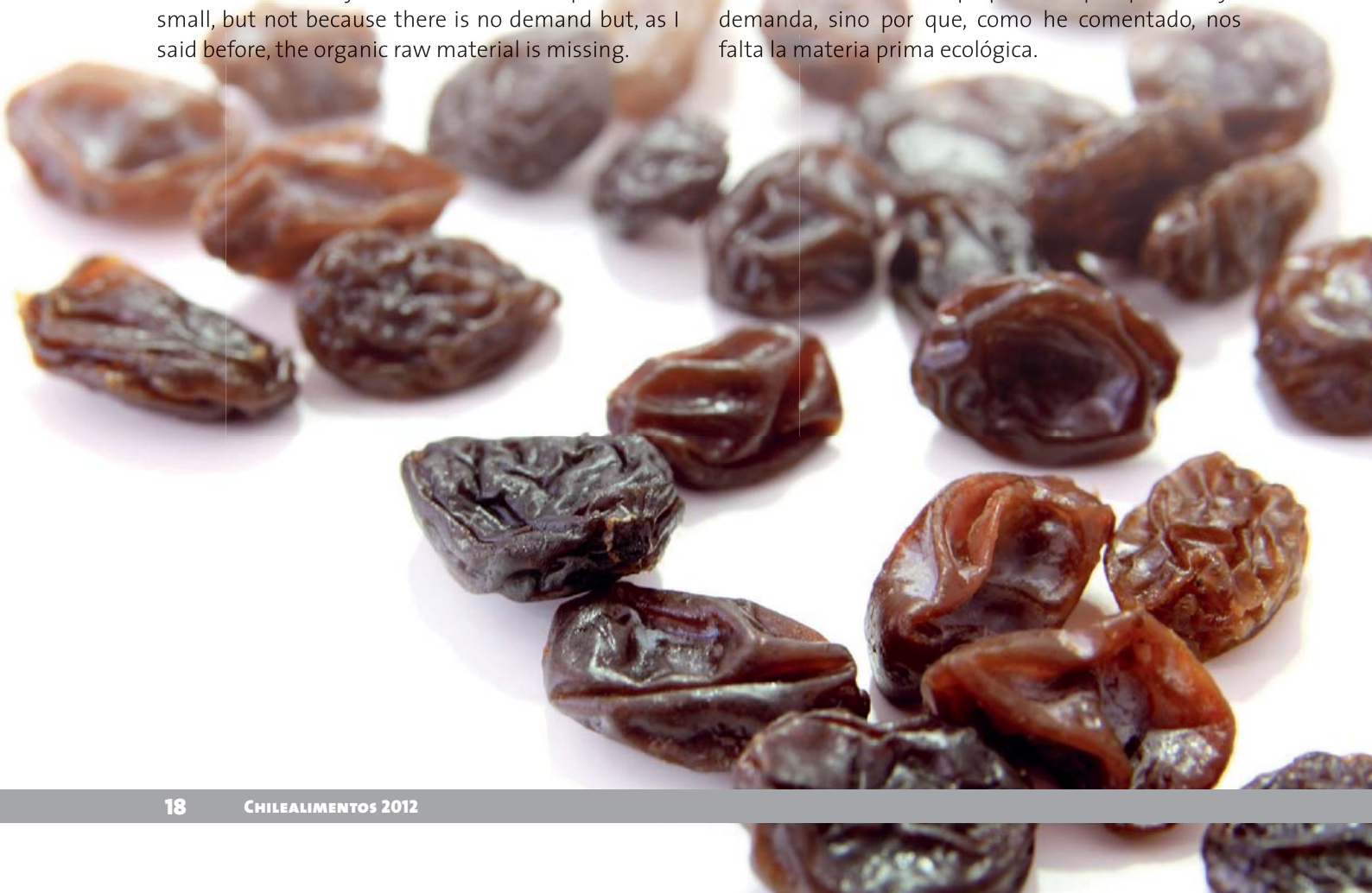
### *Are there any technological developments?*

We purchased a second-hand production line (Linea 5) and it took us one month to integrate it. In terms of research we co-operate with universities in developing a prune without preservatives, a product that is only softened and packed. This is not completely "organic" although processing is performed without chemical additives, but the raw material, the basic product, the plum, is not yet organically produced. By the way: we are the only supplier of "organic prunes" in Chile. Admittedly the share in total export is still small, but not because there is no demand but, as I said before, the organic raw material is missing.

tamos más ferias que nunca, pero siempre eventos relevantes para consumidores. Nuestro interés está más en el consumidor final y menos en los distribuidores. A principio de año participamos en una Exposición en China bajo el nombre "Sabores de Chile". Recientemente en una reunión en la IPA, algunos miembros estaban sorprendidos de nuestros esfuerzos y nuestro éxito, en este para nosotros nuevo acceso a los consumidores, que solo es posible de este modo con la ayuda del gobierno. El proceso es el siguiente: nosotros proponemos proyectos, entre ellos se elige el mejor y la financiación va a medias entre ProChile y el sector privado.

### *Desde el punto de vista técnico ¿que novedades hay?*

Hace un tiempo adquirimos toda una línea de producción (Línea 5), nos costó todo un mes integrarla. Desde el lado de la investigación trabajamos con universidades para conseguir una ciruela seca sin conservantes, un producto que simplemente solo se tierniza y se envasa. Aunque el procesado se realiza sin ninguna sustancia química, no llega a ser ecológico pues la materia prima, el producto de partida, la ciruela, todavía no se cultiva de forma ecológica. Por otro lado: somos el único proveedor chileno de ciruela seca ecológica. El porcentaje en la exportación total en cuanto a volumen es pequeño, no por que no haya demanda, sino por que, como he comentado, nos falta la materia prima ecológica.





## MAINTAINING THE QUALITY STANDARD AND GOOD REPUTATION OF A PRODUCT

### Interview with Juan Andrés Lira M., Commercial Director, Exportadora Anakena, Santiago

*How would you describe the current situation of the Chilean walnut industry?*

Production and export, in terms of growing areas and volumes, have increased by 20% annually. Our know-how and experience must keep pace with this rapid growth in order to win new markets and destination countries for our products.

*What is special about Chilean walnuts?*

Our walnuts are greatly valued all over the world because of their excellent quality. They are special

## EL DESAFÍO ES LOGRAR SOSTENER NUESTRA CALIDAD Y RECONOCIMIENTO MUNDIAL

### Entrevista con Juan Andrés Lira M., Gerente Comercial, Exportadora Anakena, Santiago

*¿Cuál es la situación general en la industria de las nueces en Chile?*

Actualmente Chile está creciendo de manera importante en sus plantaciones y este crecimiento ya se está notando productivamente, con aumentos productivos cercanos al 20% anuales. Este crecimiento está implicando un desarrollo y profesionalismo completo de la Industria, desde la manera de producir hasta la apertura de nuevos mercados y destinos.

*¿Cuáles son las características del producto de Chile?*

Las nueces Chilenas son reconocidas mundialmente, por su excelente calidad y condición. Su sabor, color Extra Light y longevidad, junto a la contraestación productiva, la hacen muy apetecida por la mayoría de los mercados importadores de nueces.

*Algunos datos sobre su empresa: ¿es productor/procesador/exportador? ¿Trabaja con productores asociados? ¿Cuál es la principal zona productora en Chile y para su empresa? ¿A cuánto asciende el volumen total que está produciendo/procesando/exportando?*

Anakena es el principal exportador de nueces de Chile y del Hemisferio Sur, además de ser productor y





## THE CLIPPER CHILE SPECIAL

because their taste, the kernel's light colour and their oblong shape are very rare. Another advantage is our season which is in perfect harmony with the northern hemisphere's season. All these features make our walnuts very attractive for international trade.

*Please give us some details about your company. Is Anakena a producer, processor and exporter? Where are the main growing areas for walnuts in Chile and for your business? What are production, processing and export volumes?*

Anakena is the largest walnut exporter in Chile and the entire southern hemisphere. We grow and process the nuts ourselves. We co-operate with associated producers in terms of cultivation consultancy with the aim of producing only nuts of highest quality. Our company offers great added value for our products which are mainly walnuts. Our production is focused in the Central Valley. New surfaces have been added a bit outside the known areas, both to the north and to the south. Our processing plant is located some 40 km south of the capital Santiago. For Chile we forecast a volume of 40,000 t in-shell for this crop season, 95% of which are destined for export.

*What do you think about the current top price levels for walnuts?*

For the past three seasons prices have basically remained fixed and relatively stable. Global demand is on the increase because new markets are interested in our premium products. Our company policy will focus on leadership in production and technology in the future.

procesador. Trabaja de manera muy estrecha con sus productores con fuertes asesorías y apoyo técnico a ellos, siempre buscando la excelencia en calidad y producción. Es una empresa con fuerte concentración hacia el valor agregado del producto, vale decir nueces sin cáscara en su mayoría. Chile concentra su producción en el valle central, a pesar de que ya se están observando proyectos un poco más descentralizados de esta zona, tanto en el Sur como en el norte del país. Nuestra planta procesadora se encuentra en el valle central de Chile, a 40 km. al sur de Santiago. En cuanto a la producción actual de Chile, para este 2012, estimamos una producción global, base con cáscara de 40.000 ton. aprox. y de ese volumen más del 95% está destinado a la exportación.

*¿Qué opina del incremento de precio que se da actualmente en las nueces?*

En las últimas tres temporadas, los precios se han mantenido bastante fuertes y por sobretodo, estables. El consumo per cápita a nivel mundial de nueces va en aumento y eso junto a las ya mencionadas condiciones saludables asociadas a su consumo, han mantenido la demanda en aumento por este producto.

*¿Cuáles son los retos en la producción chilena de nueces y, especialmente, a qué se enfrenta su empresa en el futuro?*

Chile debiera duplicar su volumen en los próximos años. El desafío es lograr sostener nuestra calidad y reconocimiento mundial, apoyado fuertemente en la apertura de nuevos mercados que valoren las cualidades de calidad y condición que tenemos. Las mejoras productivas, innovación, tecnología y liderazgo debieran ser la constante de Anakena en el futuro.

**CHILEAN Walnuts**  
Growers - Processors - Exporters

**ANAKENA**

Exportadora Anakena Ltda. - Casilla 335 - Correo Buin, Chile  
Tel. (56-2) 824 3702 - Fax (56-2) 824 1899 - E-Mail: [anakena@anakena.cl](mailto:anakena@anakena.cl)

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



Francisco José Rivera Koeppen

## LA MEJOR CALIDAD CON PREMIO

Dried Fruit Valley, representa a productores de fruta seca y nueces, además exporta estos productos. La relación directa con la producción permite que se disponga constantemente de la suficiente materia prima y de la mejor calidad. El producto más importante es la pasa, y concretamente las variedades Thompson Seedless, Flame y Golden Seedless. Le siguen en importancia las ciruelas secas de la variedad D'Agen, con y sin caozo. Otras líneas de productos en estos momentos son nueces y almendras. La comercialización total asciende a 3 millones de US\$. En cuanto a volumen son 2.000 tn de pasas y 500 tn de ciruelas secas.

## BEST QUALITY WITH A BONUS

**Dried Fruit Valley, Santiago, represents producers and processors of dried fruits and nuts, and exports these products under their names. This direct link to production makes sure that raw material is always available in sufficient quantity and best quality. Key products are raisins of the Thompson Seedless, Flame and Golden Seedless varieties, followed by prunes of the D'Agen variety, pitted and un-pitted. Other products also include walnuts and almonds. Total sales amount to USD2 m. In terms of volume 1,000 t of raisins and 50 t of prunes are exported.**

Says Francisco José Rivera Koeppen, General Manager: "Our company has existed for 17 years and many of our customers buy our products since then. Why? Because we have years of experience in our field and quality control is key to us. If our export volumes were higher, this quality standard could not be maintained. Premium quality is a good thing but we get a bonus from our customers." The products are supplied according to USDA standards. The majority of associated processors have HACCP certification including sorting with laser and x-ray technology as well as state-of-the-art metal detectors. "It is easier today to work with certificates that are known on the key markets such as Europe, the US or Japan. In this way we are technically talking the same language." According to Rivera higher volumes always imply the risk of a downward pressure on prices. Dried Fruit

Francisco José Rivera Koeppen, Director General quien esta en el rubro hace mas de 17 años) "Nuestra empresa existe ya 5 años, y nuestros clientes nos compran desde entonces, ¿por qué?, pues porque nosotros, en nuestro sector, contamos con una larga experiencia y damos a los controles de calidad una gran importancia. La mejor calidad gusta y también obtenemos de nuestros clientes un premio por ella". Los productos se suministran siguiendo las normas del Ministerio de Agricultura de los Estados Unidos(USDA Standards), la mayoría de los procesadores asociados cumplen con la certificación HACCP y también disponen de clasificación por láser, rayos x y detectores de metales de última generación. "Hoy en día es mas fácil trabajar con certificaciones que sean conocidas en los grandes mercados como Europa, los Estados Unidos o Japón. De esta manera técnicamente hablamos el mismo idioma". Además la empresa esta asociada a Chilealimentos y Chilenut, asociaciones gremiales de la industria de alimentos y nueces en Chile.

Dried Fruit Valley es socio de productores de uva de mesa para el mercado en fresco, la mayoría en el Valle Elqui al norte del país. Gracias a ello es posible seleccionar de un gran volumen una materia prima adecuada. "Como usted sabe, Chile es un gigante de la producción de fruta para el mercado en fresco, especialmente de uva de mesa. Lo que se destina a secado procedente del mercado en fresco no es mala calidad, sino un tamaño de baya que para fresco no



## THE CLIPPER CHILE SPECIAL

Valley is a partner of grape producers for the fresh produce market, mostly situated in the Elquí Valley in the north of the country. Therefore, they can select suitable raw material from a very large quantity. "As you know Chile is a giant producer for the fresh produce market, especially table grapes. What is not suitable for the fresh market is not necessarily of bad quality, but it is mainly the size of the grapes that is unsuitable for the fresh produce market. Let's take the US, for example: 70% are destined for export, but the maximum grape size is 70 mm."

Under Chilean conditions it is economically not justifiable to produce table grapes only for drying. In the next five years, however, special varieties will enter the market which are basically the same grapes as for the fresh markets but with special features which make them suitable as raisins. Raw material production in Chile amounts to 65,000 – 70,000 t. "This makes us the world's second largest producer of dried grapes after the US," says Francisco José Rivera. He prefers grapes from the North for drying. The quality, he says, is better due to the longer sun hours and a very favourable micro-climate. And rainfall is very rare. "We dry the grapes at temperatures between 40 and 45°C in the Elquí region which is simply perfect for drying. Except for the Golden varieties all grapes are sun-dried. For Golden varieties the EU maximum limit is 2,000 ppm SO<sub>2</sub>".

The raisin specialist adds that the market trend is towards golden varieties. Arab countries such as Dubai and the Gulf Region as well as the Maghreb are the growth engines in this sector. Naturally, trade focuses on the Islamic fasting month of Ramadan. In Europe Russia is the key buyer. "Compared to two years ago, Russia was not even listed in the statistics."

es el adecuado. "Producir uva de mesa solo para el secado no es viable económicamente bajo las condiciones actuales chilenas. Pero los próximos 5 años y dependiendo de varios factores de costos, se podría generar la producción de uva para pasas. También habrá en el mercado variedades nuevas, en realidad las mismas uvas que para el mercado en fresco, pero con características especiales adecuadas para pasas. La producción anual de materia prima en Chile asciende a 65.000 TN- 75.000 TN. "Esto nos convierte" dice Francisco José Rivera, dentro de los 4 mayores productores de pasas a nivel mundial. Él destaca las uvas del norte para el secado. La calidad, dice, es allí mejor gracias al mayor número de horas de sol y un idóneo microclima. Además pocas veces llueve. "Secamos en la zona de Elqui, fuera a 40-45°C. Es extraordinariamente seco, pero siempre sopla un suave viento. Para el secado simplemente ideal. Con la excepción de las Golden se secan todas las uvas al sol. Para la Golden el límite en la UE está en 2.000 ppm SO<sub>2</sub>".

La tendencia del mercado, nos informa el especialista en pasas, de nuevo se decanta por las variedades doradas. Fuertes crecimientos se registran sobre todo en los países árabes, es decir Dubai y los estados del Golfo, pero también el Magreb. Naturalmente, el punto fuerte de las ventas se concentra durante los meses del Ramadán. En Europa uno de los mayores compradores es Rusia, "si lo compara con la situación de hace cinco años, Rusia ni siquiera aparecía en las estadísticas" de exportación de pasas Chilenas.

Estimo que en general el mercado de la fruta seca tiene una proyección de crecimiento en su demanda, pero esto dependerá también, de los precios internacionales y los problemas que puedan afectar la economía mundial.

**THE BEST DRIED FRUIT FROM CHILE TO THE WORLD**  
**RAISINS (THOMPSON · FLAME · GOLDEN SEEDLESS) · PRUNES · WALNUTS · ALMONDS**

REPRESENTATIVE OF DRIED FRUIT GROWERS · EXPORTERS  
QUALITY USDA STANDARDS - HACCP  
X RAYS - LASER SCANNER  
MEMBERS OF CHILEALIMENTOS AND CHILE NUT (CHILEAN ASSOCIATIONS)

**Dried Fruit Valley Spa**  
Augusto Leguía Sur 79, of 510 · Las Condes  
Santiago · Chile · E-MAIL: frivera@dfv.cl  
TEL/FAX: (56-2) 242 8904 · www.dfv.cl

**DFVspa**



## MAJOR INVESTMENTS IN THE WALNUT SECTOR

**In 2012, it has been 25 years ago that Frutexsa was established. Says Javier Plaza, Managing Director: “This is a very important date for us. In the meantime we have achieved a leading position in production, processing and export of dried fruits and nuts. We have seen our export volumes increase year in and year out.”**

We have now reached 20,000 t at an export value of USD25 m. This matches our predictions 100%.” Frutexsa is specialized in raisins (dried grapes). Over the years prunes were added to the scope of supply and this area is also important in the share in national production. Export volumes will increase from 9,000 t to 12,000 t this year, all products of premium quality. “Export volume for the second most important product, raisins, will remain the same as in 2011 with 10,000 t. As you know this year’s national raisin production is smaller than last year in Chile.” The company is currently pushing the development in the nut sector. “For the next season we will start operation of a drying plant for walnuts in the San Fernando region which is the growing area for walnuts. A nut cracking machine is already ordered.”

“At the same time we will maintain manual operation, thus offering both processing methods. You know, manual nut cracking is no longer economical for the volumes we are facing in production in Chile.” The excellent image of Chilean walnuts has always been closely connected with manual operation. That’s why,” explains Javier Plaza “we will send both manually and machine-cracked nuts to the export markets.”



Javier Plaza

## IMPORTANTES INVERSIONES EN EL SECTOR DE LAS NUECES

**En 2012 la fundación de Frutexsa cumple 25 años. Javier Plaza, Gerente General: “Para nosotros es una fecha muy importante. En todos estos años hemos conseguido situarnos en una posición líder en la producción, procesado y exportación de frutos secos y nueces. Hemos podido comprobar que nuestros volúmenes de exportación han ido creciendo de año en año.**

Actualmente nos encontramos en 20.000 tn con un valor de exportación de 25 millones de US\$, esto representa el 100 % de nuestras previsiones”. Frutexsa es especialista en pasas. A ellas se les han unido con el tiempo las ciruelas secas y esta rama también es importante en la cuota de producción nacional. El volumen de exportación de 9.000 tn aumentará este



Will Chile's walnut production enter the era of mass production? Says Plaza: "That's correct." And what about the disadvantages of mass production? The nut halves are not undamaged. "On a global scale Chile's share is still small. If we talk about mass production, it is large-scale production for Chile's standards."

año a las 12.000 tn, y todo ello de excelente calidad. "En el segundo producto más importante, las pasas, la empresa mantiene el volumen de exportación de 2011 en 10.000 tn. Como usted sabrá, la producción nacional de pasas este año en Chile es más pequeña que el año pasado."

La empresa está trabajando en fomentar el desarrollo del sector de las nueces. "Para la campaña que viene, en esta zona de San Fernando – zona de producción – vamos a poner en marcha una planta de secado para nueces y hemos pedido ya una máquina para partir las nueces. Al mismo tiempo mantendremos la forma manual y ofreceremos ambos tipos de procesado. Usted entenderá que con estas cantidades que nos llegan de la producción en Chile, el partir las nueces a mano ya no es viable económicamente." La excelente imagen de las nueces chilenas siempre ha tenido que ver con el trabajo artesanal. "De ahí" precisa Javier Plaza "mandaremos nueces al mercado de exportación, tanto partidas de forma mecánica como a mano." Entonces ¿la producción chilena de nueces entrará en la era de la producción en masa? Plaza: "Esto es así" ¿y las desventajas de la producción en masa? Las nueces partidas pueden salir rotas. "A nivel mundial la cuota de Chile todavía es pequeña. Si hablamos de producción en masa, significa para los chilenos, una gran producción."



## CHILE'S HAZELNUT PIONEER

European hazelnuts from Chile? This sounds like a mistake, but it is not. Jaime Armengolli H., former broker for dried fruits, nuts and pulses, has completed his lifetime dream: he produces hazelnuts in his home country Chile. The company is called Agrícola La Campana and is located in San Luis de Miraflores in the Maule Region (VII). General Manager of the company is Juan Pablo Perucich.

Due to his experience in trade and his entrepreneurial skills Jaime Armengolli created the conditions for cultivation and marketing of European hazelnuts in Chile. In 1989 he set up his first plantation, but for a number of reasons the project did not work out as scheduled. That's why Jaime undauntedly bought a new plantation in another region in 1997 where he is still situated and where production has been very successful since. Over the years the company has opened up for the global market both with their own production and together with other producers interested in hazel-

## EL PIONERO DE LA AVELLANA DE CHILE

¿Avellanas europeas de Chile? Esto ha de ser una equivocación. No lo es. Jaime Armengolli H, un ex bróker de frutos secos, nueces y legumbres ha hecho realidad un sueño de su vida: producir avellanas en Chile. La empresa se llama Agrícola La Campana, se localiza en San Luis de Miraflores, localidad cercana a la ciudad de Linares en la Región Maule. El gerente general de la empresa es Juan Pablo Perucich.

Junto a la experiencia en su trayectoria comercial anterior y su constante capacidad emprendedora es que Jaime Armengolli se dio cuenta que se daban las condiciones para producir y comercializar las Avellanas Europeas en Chile. Y así fue como en el año 1989 logra plantar su primer huerto, el cual por diferentes motivos no resultó como estaba planeado, pero esto no desanimó a Jaime y en el año 1997 en una nueva región (donde está actualmente) planta el huerto que hasta hoy produce en forma exitosa las Avellanas Europeas.



**AGRÍCOLA**  
**La Campana**  
DESDE 1987  
**AVELLANAS / HAZELNUT**

BUREAU VERITAS  
Certification  
1828

NCh 2861

www.avellanos.cl • Chile



**Jaime Armengolli H. and Juan Pablo Perucich**



nuts. Volumes have increased year by year and this helped to establish the business, says Armengolli.

The hazelnut business consists of the company's own production and products purchased from other growers. It also supplies processed goods such as shelled nuts, in-shell hazelnuts, roasted nuts, roasted and salted products, as well as flour, paste and nuts in granulated form. All these products are produced in the La Campana facility by means of state-of-the-art technology imported from Italy. This processing line is currently the only one of its kind in Chile.

The total hazelnut growing area in Chile encompasses 13,000 ha. In 2011 production amounted to 4,000 t in-shell, in 2012 the crop volume will be 5,300 t with good prospects for further growth rates in the years to come.

Poco a poco fuimos desarrollando el mercado internacional, de la mano con el aumento de producción tanto de nuestro huerto como de otros productores que ya se habían interesados por las avellanas, logrando cada año un mayor volumen disponible para comercializar, lo cual sin duda ayuda a consolidar los negocios, indica Armengolli.

Hoy en día nuestro modelo de negocios está enfocado en la producción propia y la compra a otros productores de las avellanas (Hazelnut), las cuales las procesamos para entregar un producto final con valor agregado. Entre estos productos podemos nombrar: Avellanas con cascara, Avellanas sin cascara, Avellanas tostadas, Avellanas tostadas saladas, Avellanas granizadas, Granelas, Harinas y Pasta de avellanas, todo esto producido en nuestra planta que está ubicada en la región del Maule, la cual cuenta con tecnología Italiana de punta y por el momento es la única en Chile con estas capacidades.

Chile cuenta actualmente con unas 13 mil ha plantadas y la producción nacional en el año 2011 llegó a 4.000 toneladas de avellanas con cascara, esperando que el 2012 esta producción llegue a unas 5.300 ton y así un crecimiento sistemático en los próximos años.

## CHILEAN PRUNES

**Processing has started for the 2012 season at Maipofoods in their own processing plant located in Rengo, VI Region. The processing plant consists of 6 Ashlock machines for the pitting of prunes. Antonio Aguirre, Managing Director, gave us an overview of the market and also about their first 9 months working at the new facilities.**

“Today in Chile, both sectors of fresh and dried fruit are facing a renewal process. Established long-standing companies are leaving the business and/or are redirected to other business areas. On the other hand, while some growers are taking out their plantations, new companies without prior experience in the food sector are entering the prune business. At Maipofoods we work with medium-sized companies with long-term agreements. Our processing capacity at the plant stands at 3 tons /hour today and we expect to reach up to 5 or 6 tons/hr. with high efficiency.

## CIRUELAS DESHIDRATADAS

**Para la campaña 2012, Maipofoods, en Rengo ha puesto en marcha una propia planta de proceso, con 6 máquinas Ashlock para el deshuesado. Antonio Aguirre, Director, informa sobre la situación del sector y los primeros nueve meses en las nuevas instalaciones.**

En este momento, en Chile, el sector de la fruta fresca como la fruta deshidratada se encuentra en un proceso de renovación. Empresas establecidas en el negocio desde hace tiempo, lo dejan o se redirigen a otras ramas de negocio. Por otro lado, mientras que se arrancan plantaciones de ciruelas, empresas sin ninguna base en el sector de la alimentación entran en el negocio de la ciruela deshidratada. Nosotros en Maipofoods trabajamos con empresas agrícolas medianas con acuerdos a largo plazo. En planta disponemos de una capacidad de proceso de 3tn hora y nosotros fácilmente podríamos llegar a 5 o 6 t/h, y esto con una gran eficiencia.



Antonio Aguirre, Director Maipofoods with Clipper-Editor Gerhard H. Breuer



## THE CLIPPER CHILE SPECIAL



In Maipofoods we also put our focus on our workers formation and training, the teamwork and also working with high quality standards. We currently hardly work this year to get this year HACCP and BRC Certifications.

Our main objective is to provide a Premium Quality Prune to the international market. Companies can no longer just offer standard service and quality. In Chile, in this sector, there is still a shortage of innovative services. It would be wise to advertise in new niche markets such as children and athletes as target groups, showing prunes as a healthy food.

Concerning the total prune production in Chile, we estimate about 70,000 tons for this year, of which we will process 4.000 tons. This year began with lower price offers, which generated a demand reaction mainly for small to medium sizes, of which there was some volume, but nevertheless it was not sufficient. From mid-year, prices have gone up."

Estamos poniendo foco en la formación del personal, el trabajo en equipo, en el bienestar de los mismos y los estándares de calidad. Estamos trabajando para obtener certificaciones durante este año de las instalaciones con normas de calidad HACCP Y BRC. En nuestra misión esta como objetivo principal entregar una ciruela Premium al mercado internacional. Actualmente ya no se puede trabajar con calidad y servicio estándar. Aquí en Chile, en este sector, tenemos una especie de atasco. Sería conveniente realizar publicidad en nuevos nichos de mercados como por ejemplo los niños y deportistas como grupos objetivos mostrando que la ciruela es un alimento sano. En relación a la producción en Chile estimamos 70.000 tns para este año, nosotros procesaremos 4000 tn. de esto. En este año comenzó con precios mas bajos generando una reacción en la demanda principalmente por calibres medianos a chicos de los cuales había cierta abundancia pero a pesar de ello la oferta de estos calibres no fue suficiente. A partir de mediado de años los precios han ido al alza. .

**Dried Prunes From Chile To The World**

**Maipofoods**  
Premium Quality Fruit

MF S.A. - CHILE  
Tel: +56 2 821 60 16 sales@mfsa.cl www.maipofoods.com

## ALBAL – THE RESULT OF TWO MERGING COMPANIES

**Albal Dried Fruit & Nuts is the name of a new group, composed of the companies Agrícola Ballerina and Al-Nuez, both with a presence of 12 years in the international dried fruit and nut markets. General Manager Javier Uribe V. explains the background: „In 1994 I first came into contact with the walnut industry when I was plant manager at Pacific Nut. I left the company in 1999 to start my own business called Al-Nuez. In the early days I had contracts with three of the largest producers, one of them Agrícola Ballerina. My goal was to increase the profitability of the producers by transparent commercialization involving the producer in all phases of the business.**

The results were excellent and the synergies created in all those years led to the development that Agrícola Ballerina turned from a producer with 50 ha of walnut trees to Chile's most important nut producer with 500 ha of walnut trees and 350 ha of almond trees. All other producers stayed with us during all these years helping us to complement our scope of supply with raisins and prunes.

Together with Alejandro Holtheuer, owner and director of Agrícola Ballerina, we have developed a future strategy for tree nuts - walnuts and European hazelnuts – while almond have increased only moderately in the past decade. Besides, Chile is also an importer of almonds.

Everybody knows that Chile must produce more than 100,000 t of in-shell walnuts in the next eight years.



## ALBAL, EL RESULTADO DE LA FUSIÓN DE DOS EMPRESAS

**Albal Dried Fruit & Nuts es fruto de la unión de las empresas Alnuez y Agrícola Ballerina ambas con 12 años de presencia en el mercado internacional de frutos secos y deshidratados. El Gerente General, Javier Uribe explica la unión: "personalmente estoy involucrado en esta industria desde el año 1994 y fundé mi propio negocio con el nombre de Al-Nuez el año 1999 comenzando con tres productores en contrato, solo los más grandes por tipo de producto entre los cuales se encontraba Agrícola Ballerina, mi objetivo a lograr decía: hacer mas rentables las inversiones agrícolas de nuestros productores a través de una comercialización clara y transparente involucrando al productor en todas las fases del negocio.**

El resultado fue excelente y las sinergias y confianzas generadas en todos estos años hizo que Agrícola Ballerina pasara de ser un productor con 50 hectareas de Nogales al productor más importante de frutos secos de Chile con 500 hectareas de Nogales y 350 hectareas de Almendros. El resto de los productores

se ha mantenido con nosotros durante todos estos años completando y diversificando nuestra oferta de productos con Pasas de Uva y Ciruelas Deshidratadas.

Junto a Alejandro Holtheuer, dueño y gerente general de Agrícola Ballerina analizamos el crecimiento futuro de la industria de los frutos secos el cual viene por el lado de las Nueces y Avellano Europeo, las Almendras han tenido en la última década un crecimiento moderado, incluso Chile es importador de este producto.



**Javier Uribe and Andrés Honeyman Lucchini**

What does this mean? Together with the hectares planted by Agrícola Ballerina we have produced about 2,000 t. The market share of our production was not even 2.5% which is a tiny amount. Today we have reached 7%. In future we plan to represent 10% of Chile's industry which is 10,000 t. We want to achieve this by adding new plantations and including new producers which have to comply with GlobalGap standards.

### **HIGH QUALITY MACHINE CRACKING**

The new company Albal Dried Fruit and Nuts is a processing and marketing business and the first season will start in 2013 with a new logo and a fresh new image. "You know, we are currently working "underground". Nobody really knows what Ballerina and Al-Nuez are really doing. That's what we want to change." Albal does not aim for mass production. This, Uribe says, harms the quality. "Currently, we are something like a "boutique" nut processor. The buildings are new, the equipment is state-of-the-art, including a new almond processing line. We are the only company in this sector in Chile with a BRC certified processing line for walnuts with and without shell and almonds without shell. In late August our new walnut cracking machine will be ready for oper-

Todo el mundo sabe que Chile debiera producir de aquí a 8 años más sobre 100 mil toneladas de Nueces base cáscara, Que quiere decir esto? nosotros hoy con las hectareas plantadas de Agrícola Ballerina llegaremos a producir alrededor de 2 mil toneladas las cuales sumadas a las de los otros productores representarán solo el 2,5% de la industria, hoy estamos en un 7% . Por lo anterior hemos decidido enfrentar el futuro uniendo nuestras empresas y al menos llegar a representar el 10% de la industria de Chile, es decir sobre 10 mil toneladas, lo anterior se logrará a través de nuevas plantaciones y de la inclusión de nuevos productores, enfocándonos a aquellos que cumplan al menos con todos

los requisitos de campo de la certificación GlobalGap Versión 3.0 .

### **DESCASCARADO MECÁNICO DE ALTA CALIDAD**

"La nueva empresa, Albal Dried Fruit and Nuts, es una procesadora y comercializadora, y la primera campaña se desarrollará en 2013 con una fresca imagen gracias a un nuevo logotipo. "Sabe usted, en estos momentos trabajamos, por decirlo de algún modo, sin hacer mucho ruido, nadie sabe ciertamente, lo que hacen Al-Nuez y Ballerina y esto queremos cambiarlo." Albal no busca una producción en masa, esto según comenta Uribe, perjudica la calidad. "En estos momentos somos como una procesadora y comercializadora Boutique de frutos secos, los edificios son nuevos, las máquinas son de última generación incluyendo nuestra planta Procesadora de Almendras, somos la única empresa del rubro en Chile que cuenta con una planta procesadora certificada BRC para nueces con y sin cáscara y almendras sin cáscara, y para finales de agosto del 2012 esperamos tener operando nuestra nueva planta partidora mecanica de nueces, la cual compramos este año en California Para nosotros esto está muy claro que el volumen de producción de nueces que Chile tendrá en los próximos años ya no se podrá procesar



ation which we purchase in California this year. For us it is obvious that the huge volumes Chile has to produce in the next years cannot be processed by hand. These must be done mechanically. Of course, there are alternatives. We could hire manpower from Peru, Bolivia and Ecuador, but let me say it again – I don't see this industry growing in future with manual labour."

The Albal company will offer both processing methods and these, says Javier Uribe, are two different products. "I am convinced that our quality is superior to our competitors, even if we crack the nuts mechanically." Chile's advantage is that the volumes to be cracked are not as high as in California. "We don't need the speed that is required in California and therefore we have less breakdowns and a better quality of the end product. We have already tried this with almonds. We use the same machines as in California but we achieve at least 95% Extra #1. It is very simple, we can take more time and this is good for quality."

en forma manual, esto lo vamos a tener que hacer de forma mecánica. Naturalmente hay alternativas, también podríamos contratar mano de obra de Perú, Bolivia y Ecuador, pero – una vez más – yo no veo el crecimiento futuro de este sector a base de mano de obra". Albal como empresa ofrecerá las dos formas de procesado, y esto, dice Javier Uribe, son dos productos diferentes. "Además estoy convencido de que en cuanto a la calidad de la materia prima somos superiores a nuestros competidores, aunque nuestras nueces se descascaren de forma mecánica." Otra ventaja de Chile es que los procesadores no tienen que descascarar un volumen tan grande como en California, "por lo anterior no necesitamos tanta velocidad en los procesos de nuestras máquinas como la que están acostumbrados en California y por ello tenemos menos mermas y un producto final de mejor calidad. En almendras ya lo hemos comprobado, nosotros contamos con las mismas máquinas que California, pero llegamos por lo menos a un 90% Extra #1, es muy sencillo, nos podemos tomar más tiempo y esto es bueno para la calidad."

**Looking for Food Safety and Quality?  
The best choice from Chile**

**Almonds**  
**Prunes**

**Albal**  
Dried fruits and Nuts

**Walnuts**  
**Raisins**

**Head Office**  
Av. Santa Clara 301 Of. 5802  
Ciudad Empresarial  
Huechuraba-Santiago-Chile

**Phone +56-2-9644168**  
info@albal.cl  
**www.albal.cl**

**Processing Plant**  
Agrícola Ballerina  
Quilamuta del Estero s/n  
Las Cabras-Sexta Region-Chile

**BRC  
FOOD  
CERTIFICATED**



**Gustavo Rojas Le-Bert,  
National Director, Odepa**

### **GOOD PROSPECTS FOR THE FRESH AND DRIED FRUIT SECTOR**

---

**Odepa (Oficina de Estudios y Políticas Agrarias) is an organization within the Ministry of Agriculture which collects and evaluates data from this sector and makes them available to the ministry and other interested parties. Director Gustavo Rojas Le-Bert explains that Odepa also prepares studies offering suggestions on how to change agricultural policy.**

"We are extremely positive concerning the prospects for the fresh fruit and dried fruit sector. This opinion is supported by the development of the sector in the past fifteen to twenty years showing annual growth rates of 6-7%. During this time the markets have been very receptive to Chilean fresh and dried fruits." The prices on the world markets have not increased but remained relatively stable. "We are expecting further growth of the sector in the near future without price cuts."

The Ministry's Chief Economist added that Chile must focus more on product quality than on export

### **BUENAS PERSPECTIVAS PARA EL SECTOR DE FRUTAS FRESCAS Y SECAS**

---

**Odepa (Oficina de Estudios y Políticas Agrarias) dentro del Ministerio de Agricultura, es la organización que recoge los datos del sector, los evalúa y los pone a disposición del Ministerio y otras entidades interesadas. Por otra parte, su director, Gustavo Rojas Le-Bert, señala, que Odepa realiza estudios que sirven para hacer propuestas con motivo de un cambio en la política agraria.**

"Somos muy optimistas respecto a las perspectivas tanto para el sector de fruta fresca como seca. Esta postura se apoya en el desarrollo del sector de los últimos quince a veinte años, registrando anualmente tasas de crecimiento entre el 6 y 7%. Durante esta época los mercados estaban receptivos a las frutas frescas y secas chilenas. Los precios en el mercado mundial no han aumentado, más bien en gran medida se han mantenido estables. En un futuro cercano vemos un nuevo crecimiento del sector, sin que los precios caigan notablemente".

### Export of walnuts 2011 according to countries of destination

Country	Volume (t)	Value US\$ 1,000 fob
Argentina	492	4,132
Austria	298	3,574
Brazil	3,918	35,625
Ecuador	192	2,360
France	174	1,046
Germany	1,764	20,113
Italy	2,861	21,256
Netherlands	431	5,352
Peru	128	868
Portugal	462	5,110
Russia	484	6,423
Spain	1,256	10,589
Switzerland	496	6,843
Turkey	9,859	42,641
United Arab Emirates	3,098	16,771
Uruguay	137	1,312
Venezuela	273	11,941
Other countries	386	4,419
<b>Total</b>	<b>26,709</b>	<b>200,375</b>

Source: Odepa

volumes to maintain and expand its current position. It is also imperative to establish a wider basis for agriculture. "For thirty years," says Gustavo Rojas, "we have focused on and supported only specific agricultural sectors, but – to prevent any price dumping accusations from the US – we have never paid direct subsidies in the past or in the present." The only exception are micro-businesses encompassing 6-10 ha which are funded by credits of INDAP (Instituto de Desarrollo Agropecuario) with a yearly amount of USD15,000. This mainly affects berry growers (raspberries and strawberries), the share for other cultures is insignificant. The subsidies are to support soil processing and irrigation projects, and relief funds are paid for the purchase of production means

Chile, según Rojas, ha de fijarse más en la calidad de los productos que en los volúmenes de exportación, para así mantener su posición actual y expandir. También hay que establecer la agricultura sobre una base más amplia. "Desde hace treinta años - dice Gustavo Rojas - nos hemos centrado principalmente en sectores específicos de la agricultura y los hemos fomentado, en donde (también para evitar reproches en cuanto dumping de precios por los EEUU) no se han dado, ni se dan, subvenciones directas". La fruta ha estado ajena a nuestros programas de fomento.

Una excepción respecto a apoyos de fomento productivo son las microempresas (de 0 a 2 has de riego básico), a las que se les apoya con préstamos anuales procedente del INDAP (Instituto de Desarrollo Agropecuario) o a través de BancoEstado. Los pequeños productores de berries (frambuesas y fresas) pueden optar a estos créditos a tasas de mercado y se financian gastos de operación en el campo tales como la compra de insumos (maquinaria, fertilizantes, pesticidas) y labores de producción anual. Pero estos préstamos también se usan en otras áreas de la agricultura, tales como el ganado y otras producciones agrícolas. También hay fondos concursables para mejor uso del agua de riego y otro programa de mejoramiento a los suelos degradados (compatibles con la OMC), pero este último excluye a la fruticultura.





(machines, fertilizers, pest control). The government also helps other agricultural sectors such as cattle breeding and arable products.

## SHIFT TO THE EAST

In the fresh fruit and vegetable sector the growth markets seem to have shifted to the east. Increasing export volumes are destined to Russia, India, China and other South-Asian countries rather than to the traditional markets such as the US and Europe. "Mind you," says the Odepa director "the number of sales markets outside the traditional ones has increased and we have won some new markets in the Middle East. In the past year fresh fruit exports have grown by 7% in terms of value, mainly due to these new markets. Top sellers are fresh cherries, avocados and berries. I would also stress that our range of products has increased. We are no longer only a fresh fruit supplier; we have added the whole range of dried fruits and nuts which also adds considerable value. We can supply all these products, and particularly the fresh ones, for a period of six to eight months in the Northern hemisphere's off season."



## Export of almonds 2011 according to countries of destination

Country	Volume (t)	Value US\$ 1,000 fob
Argentina	1,927	10,477
Brazil	1,937	11,324
Colombia	637	3,733
Ecuador	223	1,473
Germany	148	864
Italy	180	1,020
Korea	112	680
Mexico	1,416	8,257
Peru	103	617
Spain	374	1,568
United Arab Emirates	405	2,103
Uruguay	107	599
Venezuela	1,339	11,746
Other countries	407	2'084
<b>Total</b>	<b>9,315</b>	<b>46,545</b>

Source: Odepa

## DESPLAZAMIENTO HACIA EL ESTE

En cuanto a las frutas y hortalizas parece que los mercados de crecimiento se desplazan hacia el este con grandes cantidades hacia Rusia, la India, China y otros países del sudeste asiático, en vez de los tradicionales mercados como los EEUU y Europa. "Eso sí - reconoce el director de la Odepa - los mercados fuera de los tradicionales son más y también hay nuevos como el Medio Oriente. El año pasado la exportación de fruta aumentó en un 7% su valor, principalmente por los nuevos mercados. A la cabeza del ranking cerezas frescas, aguacates y bayas. También me gustaría decir que nuestro portafolio se ha ampliado. Ya no sólo somos proveedor de fruta fresca. Ahora hay que añadir el sector de la fruta seca y las nueces, con su propia relevancia en términos de valor. Para todos estos productos y, en particular para los frescos, es cierto que somos capaces de ofrecer fuera de temporada en el hemisferio norte, producto durante seis y ocho meses".

## SHRINKING PROFITS

However, Gustavo Rojas does not hide the challenges the fresh fruit sector in Chile is facing. In the past years a number of problems have arisen such as higher energy costs and manpower shortage especially for field workers and in packing houses. "The main problem, though, is the development of the exchange rates which leaves all other problems in the shade. It simply cuts the companies' profits. Another "international" problem is protectionism. In the US there are "Marketing Orders", in Mexico the import of avocados is difficult and in Europe the problems of market regulation are well-known. To complete my list, I must also mention the phytosanitary obstacles, for example in South Korea. While it is commonly known that Chilean fruits and vegetable are largely free of pests and diseases, these are very serious trade barriers."



## LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS DISMINUYE

Gustavo Rojas tampoco oculta los desafíos a los que se enfrenta el sector frutícola en Chile. Son problemas surgidos en los últimos años, tales como los costes de energía y la escasez de mano de obra, sobre todo para trabajo en campo y emparadoras. "El mayor problema son los tipos de cambio, a su lado todos los demás problemas parecen pequeños. Sencillamente ocurre que la rentabilidad de las empresas va a menos. Y otro problema "internacional", es el proteccionismo. En los EEUU existen "Marketing Orders", en Méjico la importación de aguacate es difícil y son conocidos los problemas frutos de la ordenación de mercado en Europa. Y la lista estaría incompleta si no mencionara las barreras fitosanitarias. Comentar solo como ejemplo Corea del Sur. La producción chilena de frutas y hortalizas – lo cual está reconocido – mayoritariamente está libre de plagas y enfermedades. Sin embargo siguen siendo serios obstáculos para el comercio".

**The new Bioprint Sorter**  
Based on the **chemical bioprint** of the defect or good product, the bioprint sorter will eliminate every defect. You name it, we sort it out!

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

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

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

**Discover Visys' all-new Bioprint Sorter**

**No Foreign Matter  
No Extraneous Vegetative Matter  
No Discolorations**

**VISYS HQ**  
BELGIUM (HASSELT)  
info@visysglobal.com

**VISYS USA**  
USA (SACRAMENTO, CA)  
usa@visysglobal.com

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



### **CHILE – INCREASINGLY WELL KNOWN AND WELL REGARDED**

---

#### **Interview with Blas Tomic, Executive Director of Fundación Imagen de Chile**

*Tell me about Chile and the work of Fundación Imagen de Chile*

Chile has a lot to offer the world. It's one of the most southerly countries on the planet and one of the longest too. It boasts 17 distinct micro-climates and the clearest skies in the southern hemisphere – ideal for star-gazing. In its glaciers, it contains one of the world's most significant reserves of fresh water. Chile's natural purity is protected by two formidable barriers – the Andes mountains and the Pacific Ocean. Because of its geographical diversity, the stability of its institutions and its economic progress, Chile offers unique opportunities to foreigners. But its relative distance from the rest of the world means not everyone knows about them. Chile is still a treasure discovered only by a few, and not widely known to the world at large.

### **CHILE - CADA VEZ MÁS CONOCIDO Y APRECIADO**

---

#### **Entrevista con Blas Tomic, Director Ejecutivo de Fundación Imagen de Chile**

*Cuénteme sobre Chile y el trabajo que desarrolla Fundación Imagen de Chile*

Chile tiene mucho que ofrecerle al mundo contar. Es el país más austral del planeta, también el más largo. Tiene 17 climas, los cielos más transparentes del mundo para observar las estrellas del hemisferio sur y la mayor reserva de agua dulce en sus glaciares. Su reconocida pureza natural se haya resguardada entre dos imponentes barreras: la cordillera de los Andes y el océano Pacífico. Debido a su diversidad geográfica, a la estabilidad de sus instituciones y al progreso de su economía, ofrece al extranjero oportunidades únicas. Sin embargo, su lejanía ha impedido que seamos un país ampliamente conocido. Chile sigue siendo un tesoro descubierto por las elites, pero poco conocido entre la población mundial. Sabemos que marcar el valor del origen hace una gran dife-

In a world in which countries compete with each other for market share, and in which investors, tourists and consumers enjoy boundless opportunities, having a distinct brand makes a big difference. A country's prestige determines whether people buy its products or choose it as a holiday destination. Developing that brand isn't easy. Telling a country's story and getting people to listen to it takes time and patience. That's the work of Fundación Imagen de Chile.

*How is the foundation financed and run?*

Basically, it's financed through public funding. It has a board of directors, headed by the foreign minister. The commerce, finance and culture ministers also sit on the board, along with 16 other distinguished people from different areas of society.

*How is Chile viewed elsewhere in the world?*

According to the Nation Brands Index, which measures the nation branding of 50 countries around the world, Chile is still not very well known worldwide. But the good news is that in those countries where it is known, in Latin America for example, people have a very good impression of it. They associate it with natural beauty and political and economic



**Blas Tomic, Executive Director  
of Fundación Imagen de Chile**

rencia. El prestigio de un país orienta la compra de un producto, la selección de un destino de vacaciones, la preferencia por un profesional de cierto origen en desmedro de otro. Pero, la tarea no es fácil. Contar un país y lograr que las audiencias escuchen requiere tiempo y persistencia. Esa es la tarea que desarrolla la Fundación Imagen de Chile.

*Cómo funciona y se financia la Fundación?*

Fundación Imagen de Chile financia su quehacer básicamente con recursos públicos. Cuenta con un directorio presidido por el Ministro de Relaciones Exteriores e integrado por 19 destacadas personalidades de distintos ámbitos del quehacer nacional. Es en esa instancia donde convergen las instituciones de promoción públicas y privadas y expertos de variadas disciplinas, que con sus aportes colaboran en el análisis y conceptualización de la rica realidad de Chile.

*Cómo es percibido Chile en el mundo?*

Lo que revela el Nation Brands Index, NBI, que mide la imagen de 50 países, es que Chile todavía es un país poco conocido a nivel masivo. La buena noticia es que aquellos países que sí nos conocen, como las naciones latinoamericanas, tienen una muy buena percepción de nuestro país. Se nos distingue por nuestras bellezas naturales, por el desarrollo económico y político que hemos alcanzado. Nos ven como un país estable, confiable, seguro.

*¿Qué estrategia están desarrollando para promover Chile?*

Nuestra misión es contar lo que es propiamente chileno y que resulta atractivo o interesante para el mundo. Para reconocer esos atributos esenciales, nos hemos inspirado en la historia del país, desde los tiempos precolombinos hasta la actualidad, buscando entender la identidad chilena más profunda, y combinarla con los estudios de percepción que hemos realizado en América, Europa y actualmente en Asia, que nos permiten entender la manera en que nuestra idiosincrasia es percibida en el exterior.

Del cruce de todos estos aprendizajes, se ha ido construyendo un relato y herramientas que destacan los valores y acciones que distinguen a Chile y lo proyectan y que se resume en Chile hace bien. Este concepto es un paraguas bajo el cual cada sector puede relatar sus características específicas y permite



development.. They see ours as a stable country – trustworthy and safe.

*What's your strategy for promoting Chile further afield?*

Our mission is to identify those things that are quintessentially Chilean and which the rest of the world finds attractive and interesting. We've drawn on our country's history, from pre-Columbian times onwards, and combined it with the results of the various market studies we've conducted in North America, Europe and more recently in Asia.

We've come up with the concept "Chile hace bien" which can be translated two ways in English. It means "Chile does things well" but also "Chile is good for you". It's more than just a slogan. It encompasses all the positive things about our country.

*But even so, the label "Made in Chile" is not one you often see on goods.*

One of the main driving forces behind the decision to set up the Fundación Imagen de Chile in 2009 was the wine exporters' association. They said: 'if a consumer opens a bottle of Argentine wine, they think of tango, of Maradona, of football. What does that same consumer think of when they open a bottle of Chilean wine? Good quality at a fair price, for sure. But those arguments are too weak. We need something stronger to increase sales. Chile has done several efforts to position the country origin for its food industry abroad, in particular, US, Europe and recently Asia. The origin related to the concept of a reliable, safe and quality producer of food (fruits and dried fruits, sea products, veggies, wine and olive

alinear los mensajes de las instituciones de promoción de las exportaciones, el turismo, la cultura, las inversiones, entre otros,

*En el mercado de alimentación el sello "Product of Chile" o "Hecho en Chile" no se ve frecuentemente?*

Uno de los principales promotores de crear esta fundación fue el gremio de los exportadores de vinos. Ellos percibían que desarrollar el valor del origen podría aportarle un sello distintivo a sus productos, que son de alta calidad. Decían "si un consumidor abre una botella de vino argentino, piensa en tango, en Maradona, en fútbol. ¿En qué ha de pensar el mismo consumidor cuando abra una botella de vino chileno, más allá de la buena calidad y del precio? No es sencillo competir por visibilidad, pues en un mundo crecientemente globalizado los consumidores están bombardeados de información, imágenes, estímulos provenientes de distintos lugares del planeta.

Chile está haciendo varios esfuerzos para posicionar su industria de alimentos en el extranjero, en particular, EE.UU., Europa y recientemente Asia. El origen Chile, relacionado con los atributos de producción de alimentos confiable, segura y de calidad (como en frutas y frutos secos, productos del mar, verduras, vino y aceite de oliva), se ha promovido en los EE.UU. a través de la televisión. Los exportadores de palta, así como los de fruta y vino han desarrollado campañas publicitarias durante los últimos de años. En esta estrategia de permanente posicionamiento de Chile, la Fundación ha trabajado con los principales actores públicos y privados de la industria (como ProChile, asociaciones de exportadores, empresas, académicos e investigadores) para sistematizar y coordinar los esfuerzos en el extranjero.



oil), has been promoted in the US through TV and ad campaigns carried out by the hass avocado board, the wine and fruit exporters for a couple of years now. In this continuing strategy to position Chile, Fundación has worked with key public and private players of the industry (such as ProChile, exporter's associations, companies, academics/researchers) to systematize and coordinate the efforts abroad.

Which countries are you targeting?

We've worked in the United States, Mexico, the United Kingdom and Spain so far, and we're now targeting the Asian countries. We work with big institutions that spend a lot of money on image making and have excellent contacts abroad. One example is ProChile, which has 56 offices outside Chile. But I want to stress that our work is very general. For example, we don't work directly with potential investors. Our job is to create a positive environment for them to work in.

The Fundación is three years old. What has it achieved so far?

The Nation Brands Index ranks us 39th out of 50 countries. In the Country Brand Index, we're fourth in Latin America, and between 2010 and 2011 we rose six places. In both those indexes Chile has been getting better rankings every year. In the tourism industry, for example, we're constantly improving. Every month one of the big consumer magazines publishes an article emphasising the qualities of our country. We constantly monitor what's written about Chile – we look at 77 different publications with that in mind. But this is a gradual process. These changes don't come about overnight.

*¿En qué países están focalizándose?*

Los esfuerzos de promoción que realiza la Fundación son por definición genéricos, eso significa que nuestro trabajo busca generar herramienta que puedan ser usadas por los distintos actores, en los mercados e idiomas que para ellos son fundamentales para desarrollar sus actividades. Se ha puesto énfasis en países como Latinoamérica, EEUU, Reino Unido, España y ahora nos acercamos a Asia, pero lo más relevante es que trabajamos con grandes instituciones que invierten importantes recursos y tienen excelentes contactos en el extranjero. Un ejemplo es ProChile, que cuenta con 56 oficinas en el exterior; el Comité de Inversión Extranjera, el Consejo Nacional de la Cultura, Turismo Chile, entre otros.

*La Fundación Imagen de Chile se creó hace tres años. ¿Qué resultados se han obtenido?*

Los expertos señalan que la imagen de los países evoluciona de manera muy gradual. Los cambios no ocurren de la noche a la mañana. Actualmente estamos en el puesto 39 de 50 países, según el Nation Brands Index. En el Country Brand Index, estamos cuartos dentro de América Latina y entre el 2010 y 2011 subimos seis lugares. En ambos rankings Chile ha ido recibiendo mejores evaluaciones año a año. Esto nos parece relevante y da una pauta. Otro logro importante es haber posicionado el tema de la imagen país como un factor de desarrollo y por ende, relevante a la hora de definir estrategias y formular políticas. Hemos ido creando conciencia sobre la responsabilidad que tiene cada chileno como constructor de la imagen país al hacer visible con sus acciones las virtudes y aportes de Chile al mundo. Esta es una tarea colectiva, y no de una institución.

# Chile special 2012

## PUBLISHERS

AgroPress Inc., Baselstr. 48, P.O. Box 729  
4125 Riehen, Switzerland  
Phone (+4161) 386-9090 · Fax (+4161) 386-9099  
e-mail: adve@agropress.com

## DIRECTOR

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

## EDITOR

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

## OFFICE MANAGER

Svetlana Grigoryeva, E-Mail: adve@agropress.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

Record breaking industry	1
Conquering the market with a new processing line	4
A system of co-financing for food promotion	6
A new factory for new sales markets	8
Ideal raw material for dried grapes	10
Exceptional products are the key to success	14
Reason for joy: a big crop	16
Maintaining the quality standard and the good reputation of a product	19
Best quality with a bonus	21
Major investments in the walnut sector	23
Chile's hazelnut pioneer	25
Chilean prunes	27
Albal-the result of two merging companies	29
Good prospects for the fresh and dried fruit sector	32
Chile – Increasingly well known and well regarded	36
<b>Impressum</b>	<b>40</b>
<b>Table of Contents</b>	<b>40</b>
<b>Index to Advertisers</b>	<b>40</b>

## INDEX TO ADVERTISERS

Agricola la Campaña	25	Frutexsa	Cover 3
Alnuez/Ballerina	31	GVF Alimentos	5
Anakena	20	Invertec	15
Chilealimentos	Cover 2	Maipofoods	28
Conservas Los Angeles	9	Prunesco	Cover 4
DFV SpA	22	Visys	35

THE LARGEST EXPORTER  
OF DRIED FRUITS  
FROM CHILE  
TO THE WORLD



**25**  
Years  
of experience  
delivering quality

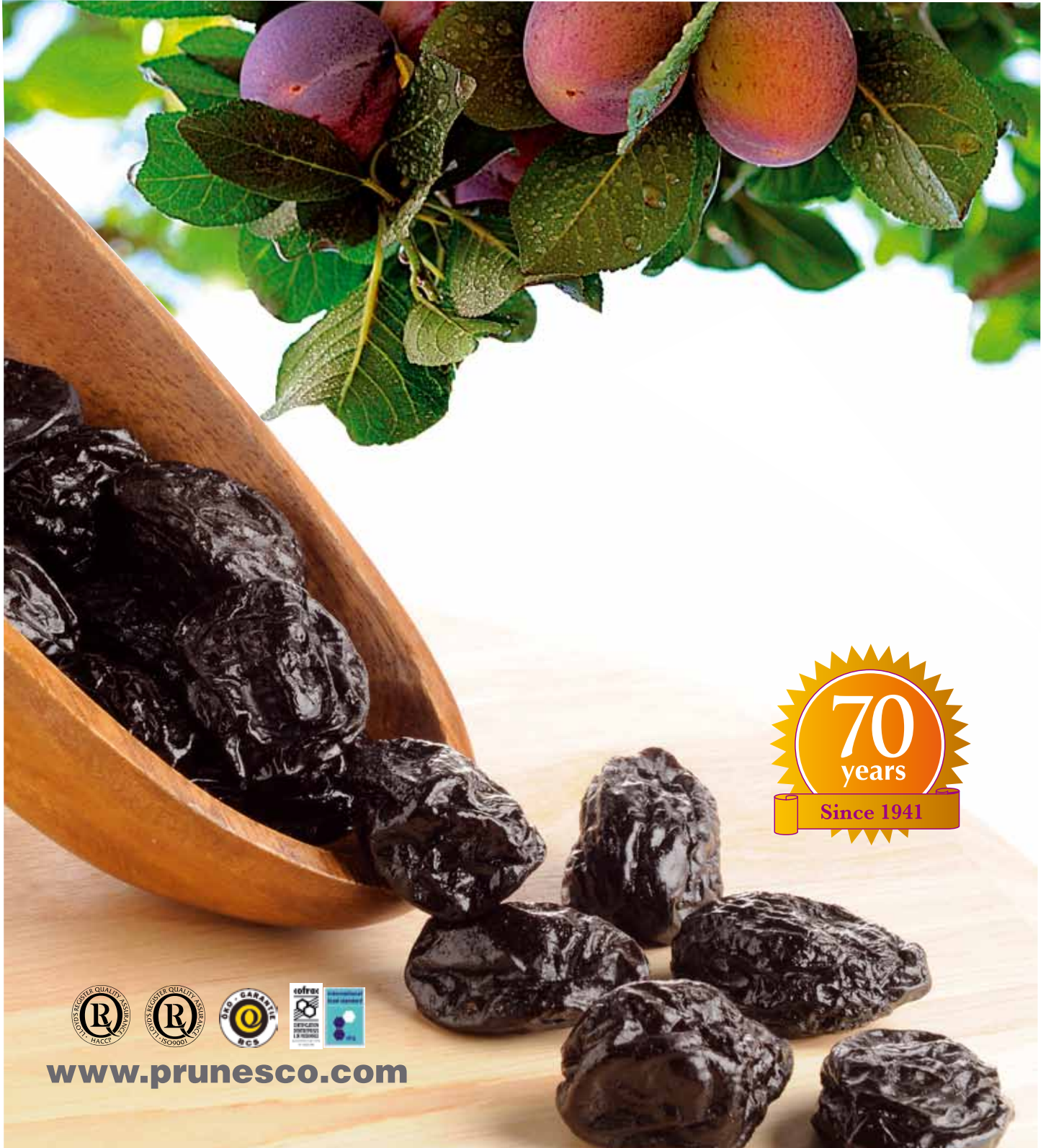


**F**  
**Frutexsa**  
PREMIUM CHILEAN FRUIT

A GROWERS' COMPANY



# PRUNESCO



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