

# Visión Comercial y Competitiva de las manzanas del HS

***Ricardo González G***  
***Gerente de productores***  
***Frusan S.A.***

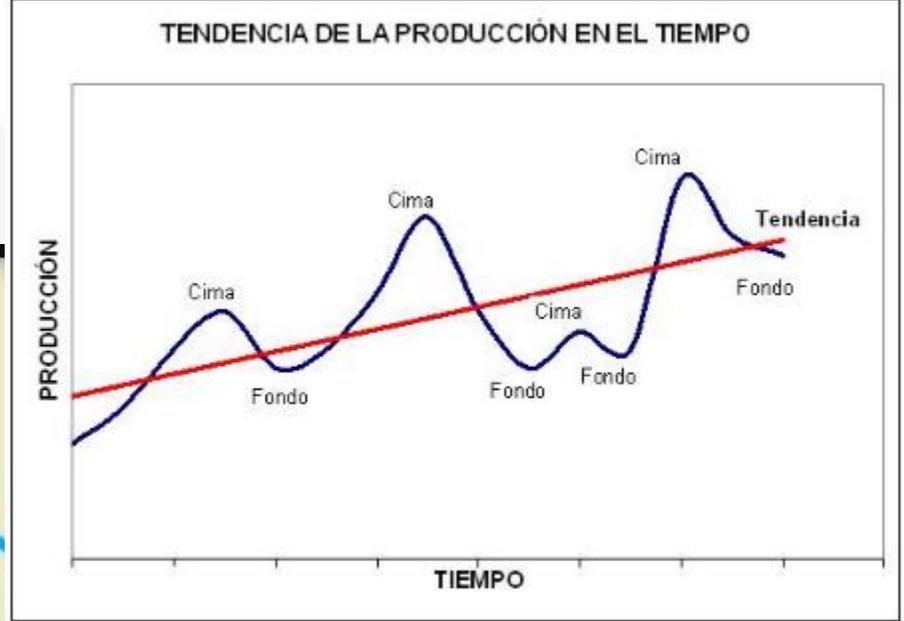
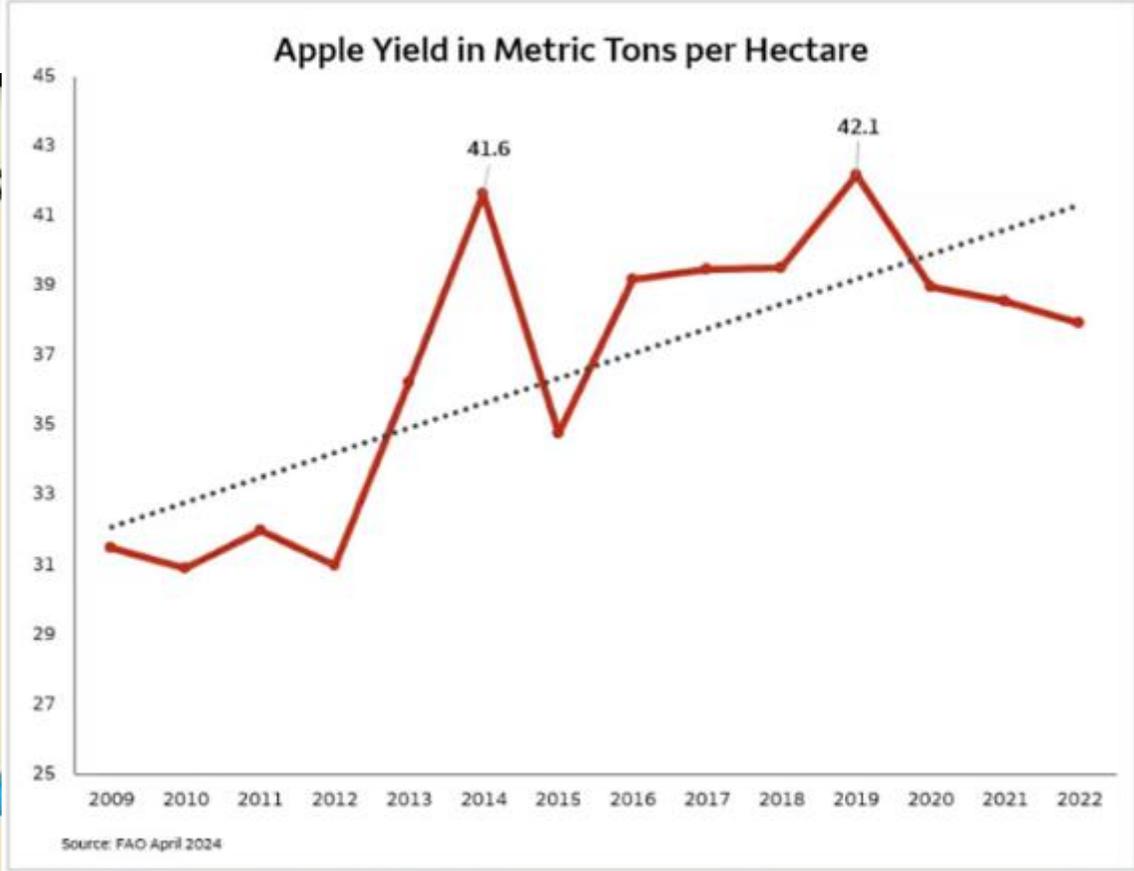
*We are more than fruit... We  
are*







# Ciclo del Producto



Perfil del ciclo económico

Declinación



Tiempo

Ventas y utilidades

\$

Int

# Agenda para hoy

- Contexto
- Chile y sus principales competidores HS
- Rentabilidad de las Mz en Chile
- Mirada Frusan
- Nuevas Variedades, ¿qué modelo seguir?
- Comentarios finales

# Contexto, comercialización actual de Manzanas

## ¿Qué ha cambiado?

- Restricciones al comercio internacional
- Nuevo Consumidor
- Tendencias de consumo
- Información, publicidad y marketing

## Cambio Climático, nueva realidad

No estamos solos...



# Restricciones al Comercio Internacional

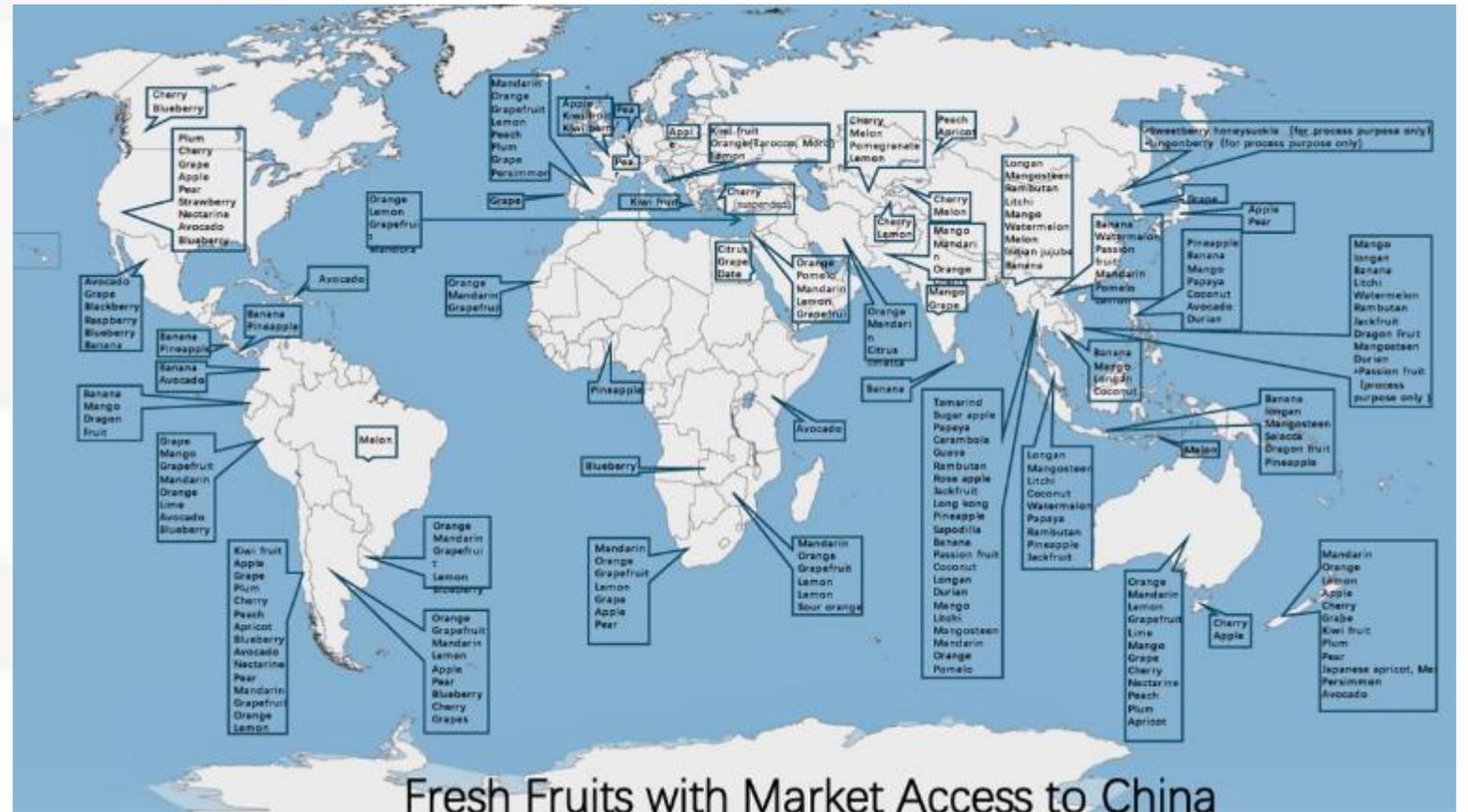
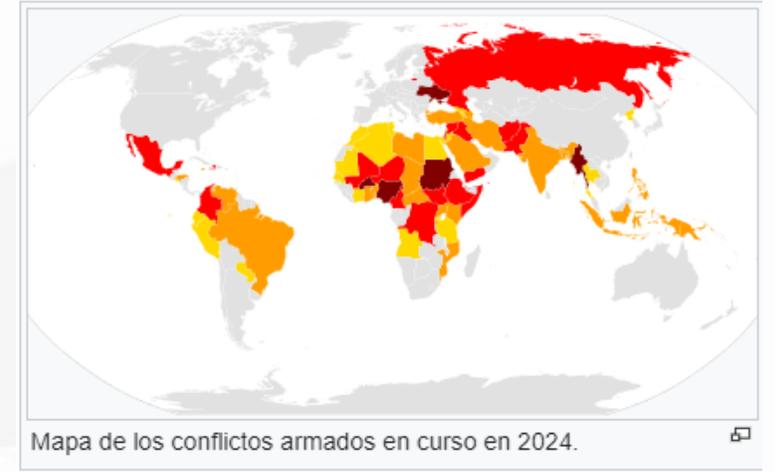
- Guerras:

- Ucrania/Rusia
- Israel/Palestina
- Mar Rojo

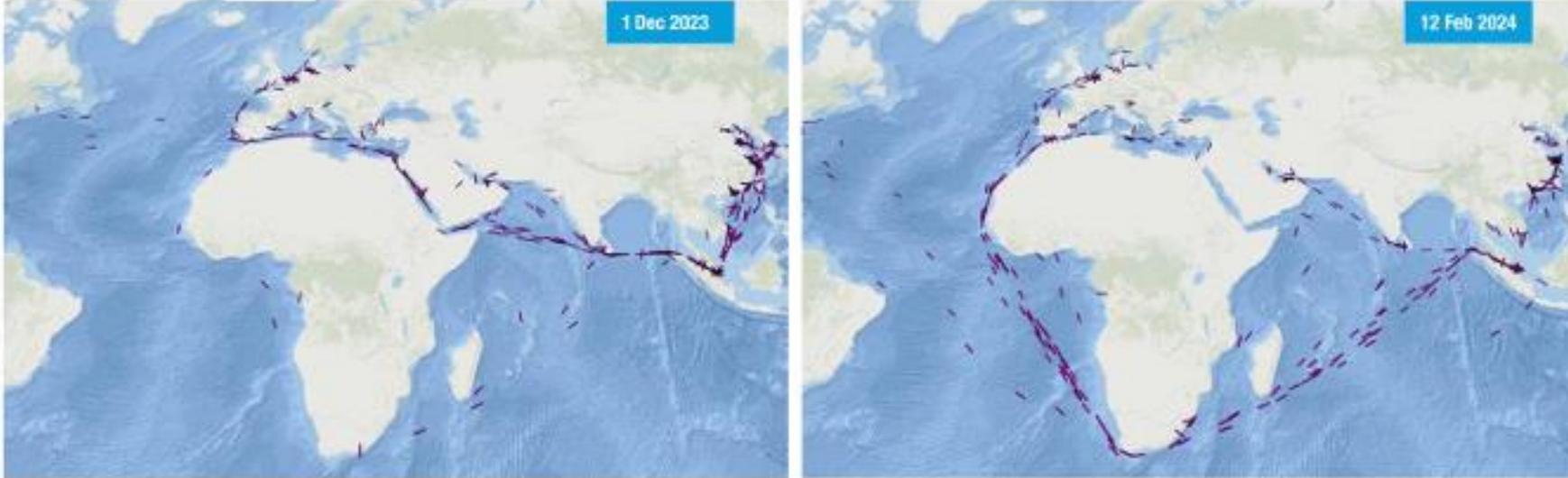
- Bloqueos Comerciales

- Rusia
- Venezuela
- Cuba

- Restricciones Logísticas



## Cambio en las rutas de los portacontenedores desde el Canal de Suez hasta el Cabo de Buena Esperanza producto de los ataques de los rebeldes Hutíes de Yemen



Al 1 de Febrero 2024 la caída por el paso del canal de Suez fue de un 82%

Fuente: Container ships of 13500 TEU (twenty foot equivalent unites) and above, citado por UNCTAD RAPID ASSESSMENT February 2024

- Coco Salgado
- Aumento de tiempo (condición)
- Aumento de costo
- Restricción de acceso



# Nuevo Consumidor y tendencias de consumo



## 4 China Megatrends



### Trend 1.

Rapid Urbanization

#### Phenomenon:

- Migration to cities
- Social structure and life shift
- Pursue quality of life in cities

The bloom of Live-streaming EC | Live-streaming EC is increasingly becoming a primary channel for consumers' daily shopping.

**60%** Shopped on Live-streaming E-commerce



Celebrity Livestream on Tmall  
GMV \$1,250,000



KOL Livestream on Douyin  
GMV \$790,000

Generations  
Development & Instant

Market for increasingly young generations:

...fication fuel the increasing needs for **self-expression**, hence fruits that **attention** and **social interaction** may

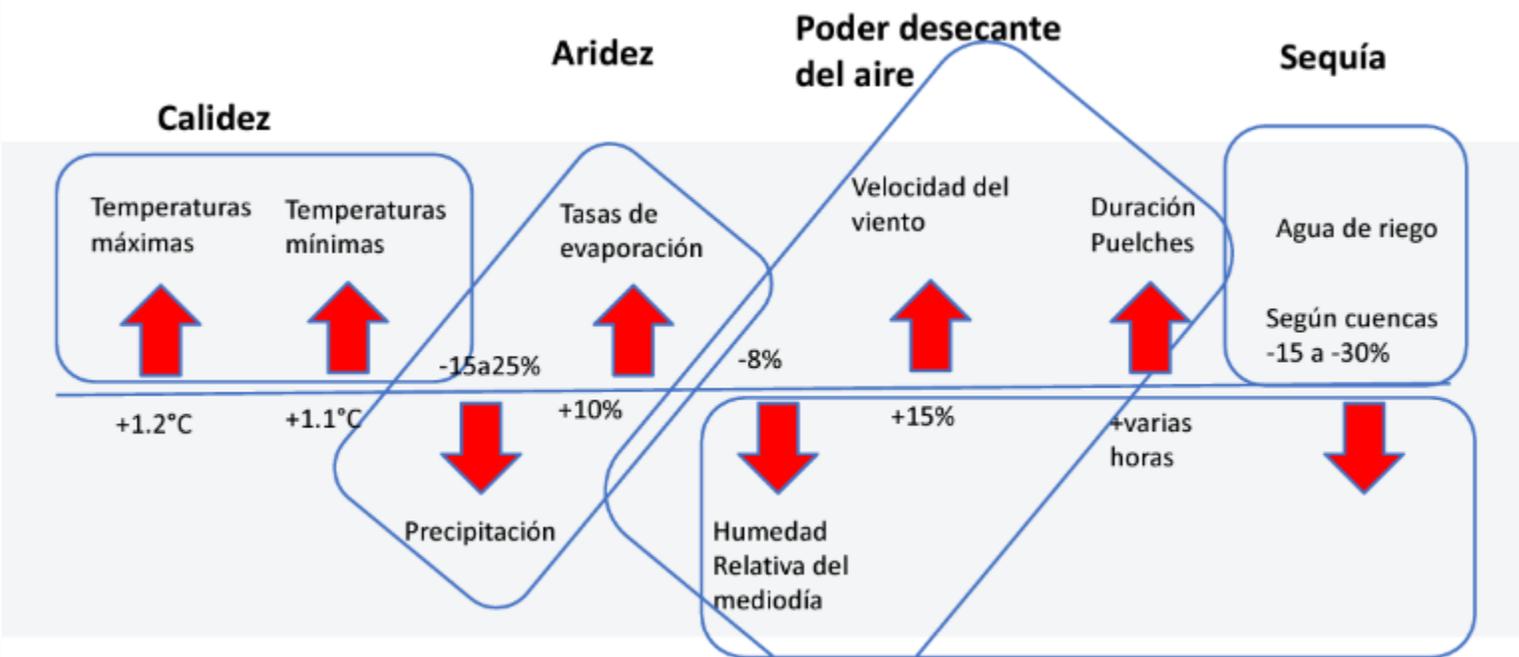
...ratification have driven up the demand **satisfaction and enjoyment of** **no-delay shopping experiences** **channel** might cater to Gen Z's **experience and instant gratification**.

The industry needs to focus on the consumer of tomorrow when planting orchards that last for decades."

# Cambio Climático

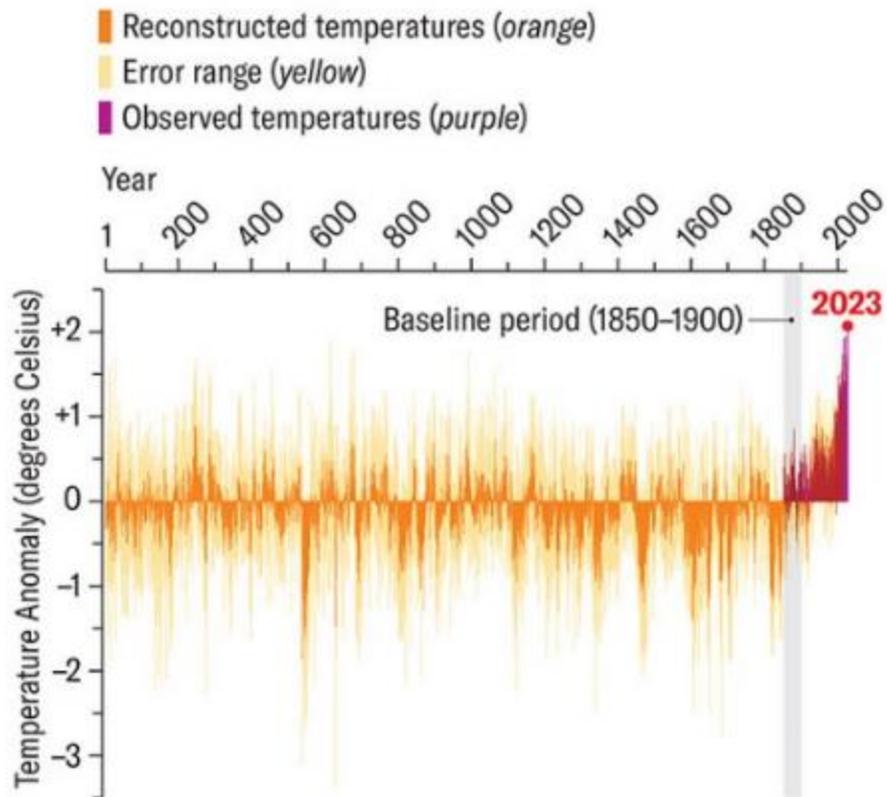
- Eventos agudos, efecto en Rentabilidad
- Plagas y acceso a Mercados
- Mitigación
- Ej. Heladas en Rusia

Tendencias ya observadas en el clima de la zona central



**Una tormenta perfecta para complicar  
Clima más estresante  
a las plantas**

## Annual Temperature Anomalies since the Year C.E. 1



(Amanda Montañez: Source: "2023 Summer Warmth Unparalleled over the Past 2,000 Years," by Jan Esper et al., in *Nature*. Published online May 14, 2024)

# Contexto

- Situación Global de competencia
  1. Competencia Interna: No estamos solos...

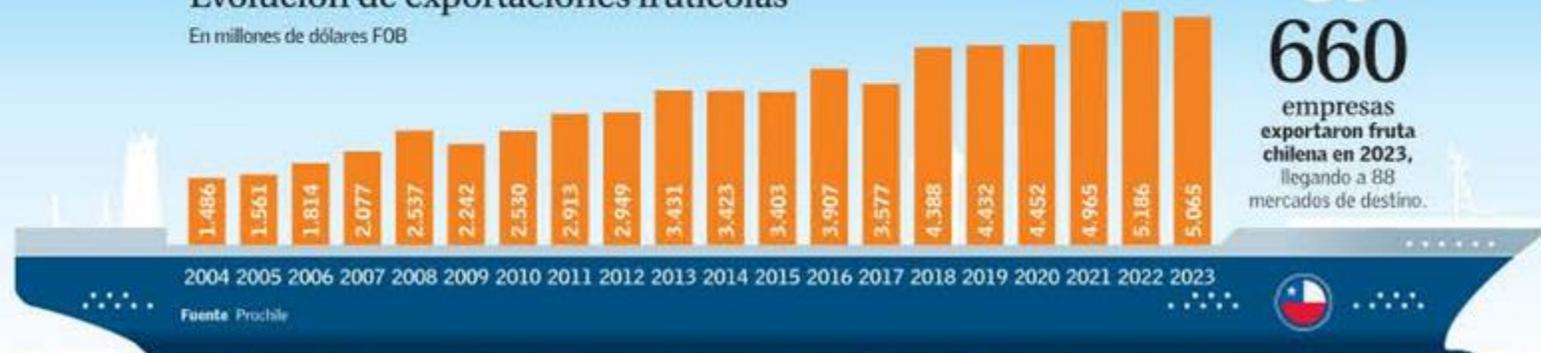
Envíos suman más de US\$ 2.000 millones anuales:

## Las cerezas superan el 40% de las exportaciones frutícolas del país

Hace 10 años, los envíos de cerezas ni siquiera representaban el 15% de los embarques de fruta chilena. El apetito de ese producto en China disparó la demanda. Hoy los envíos chilenos a ese destino duplican en valor lo que se vende al segundo país en la lista, EE.UU. Una década atrás, el mercado norteamericano triplicaba al chino.

### Evolución de exportaciones frutícolas

En millones de dólares FOB

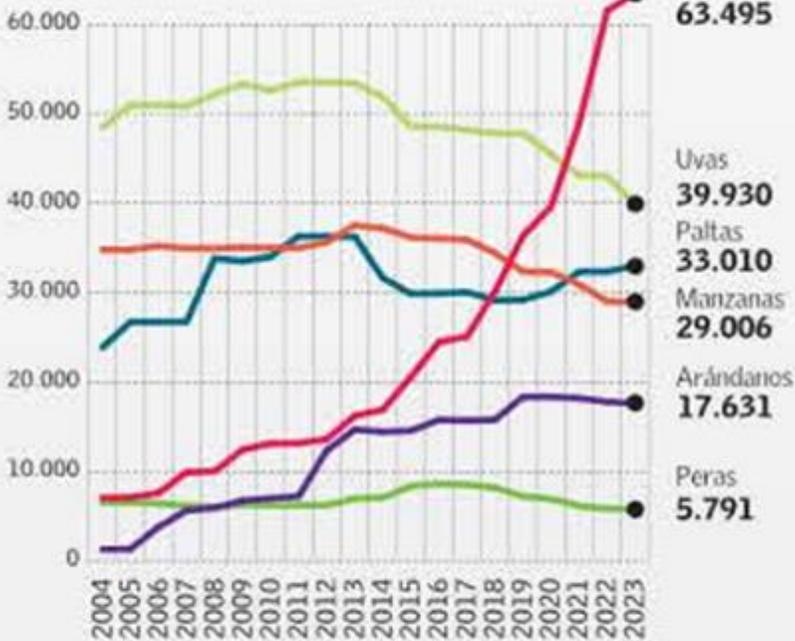


**660**  
empresas  
exportaron fruta  
chilena en 2023,  
llegando a 88  
mercados de destino.

No estamos solos...

### Evolución de la superficie cultivada de las principales variedades de exportación

Hectáreas



Fuente: Odepa



No estamos solos...



# Frutas Exóticas



- ¿Cuánto espacio en la Góndola para Manzanas?
- ¿Cuántas Variedades, Productos, Marcas?
- ¿Cuántos SKU's?



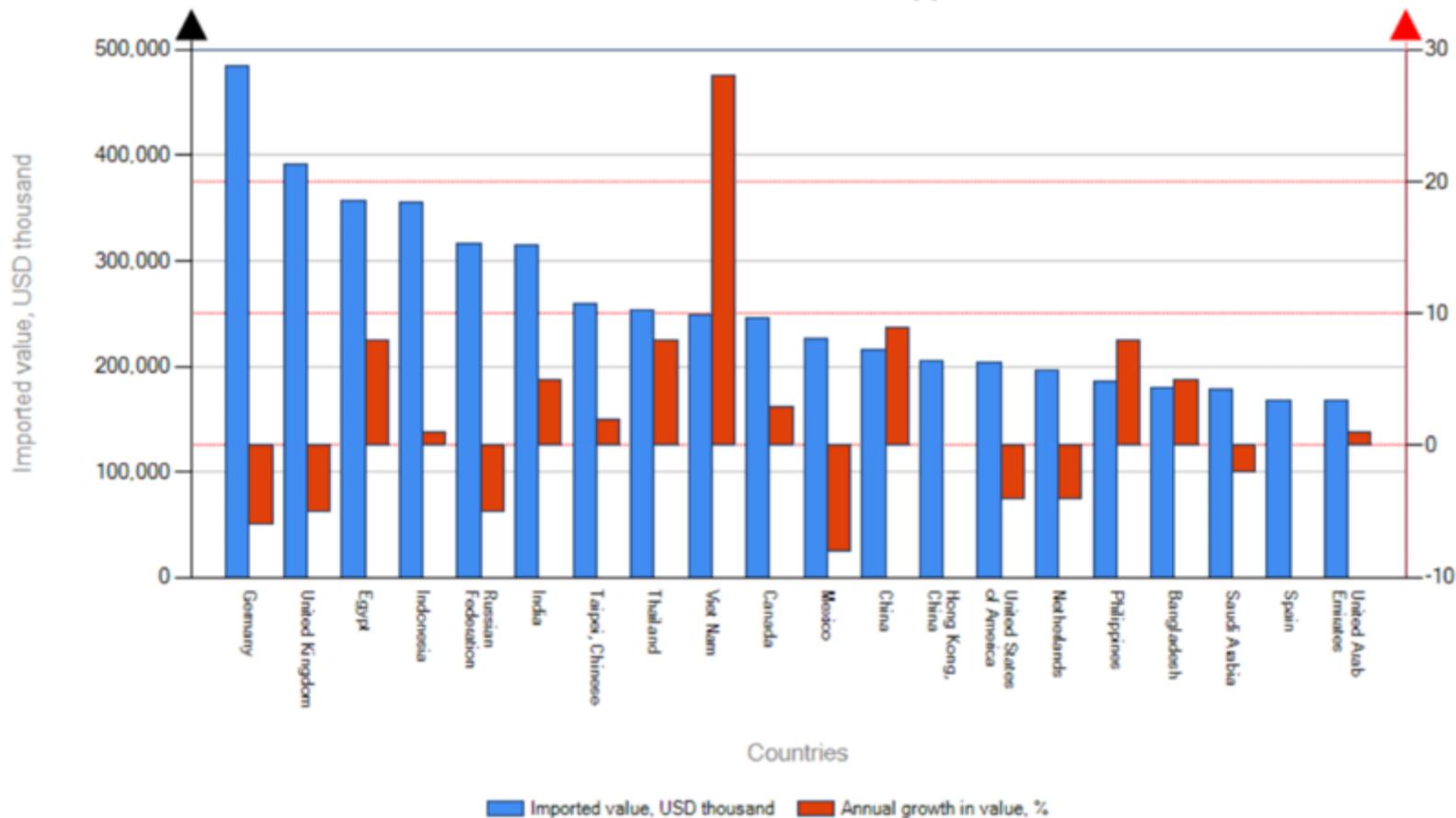
# Oferta y Demanda

European  
Commission

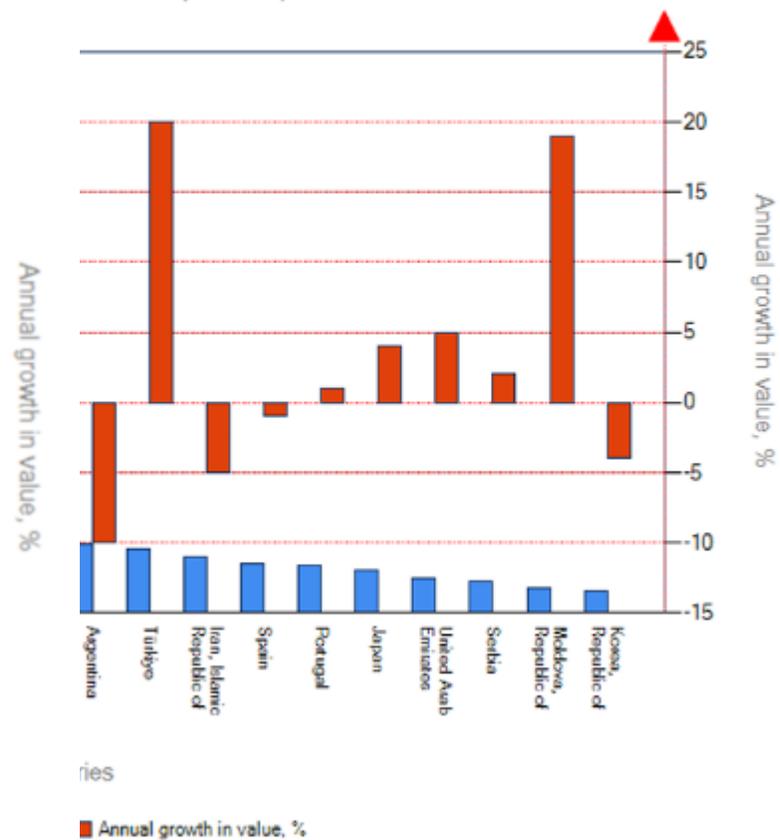
TOP WORLD APPLE EXPORTERS TO ALL DESTINATIONS 2022 and % Annual growth in value 2018-22

TOP WORLD APPLE IMPORTERS FROM ALL ORIGINS 2022 and % Annual growth in value 2018-22

List of importers for the selected product in 2022  
Product : 080810 Fresh apples



Selected product in 2022  
Apples and quinces, fresh



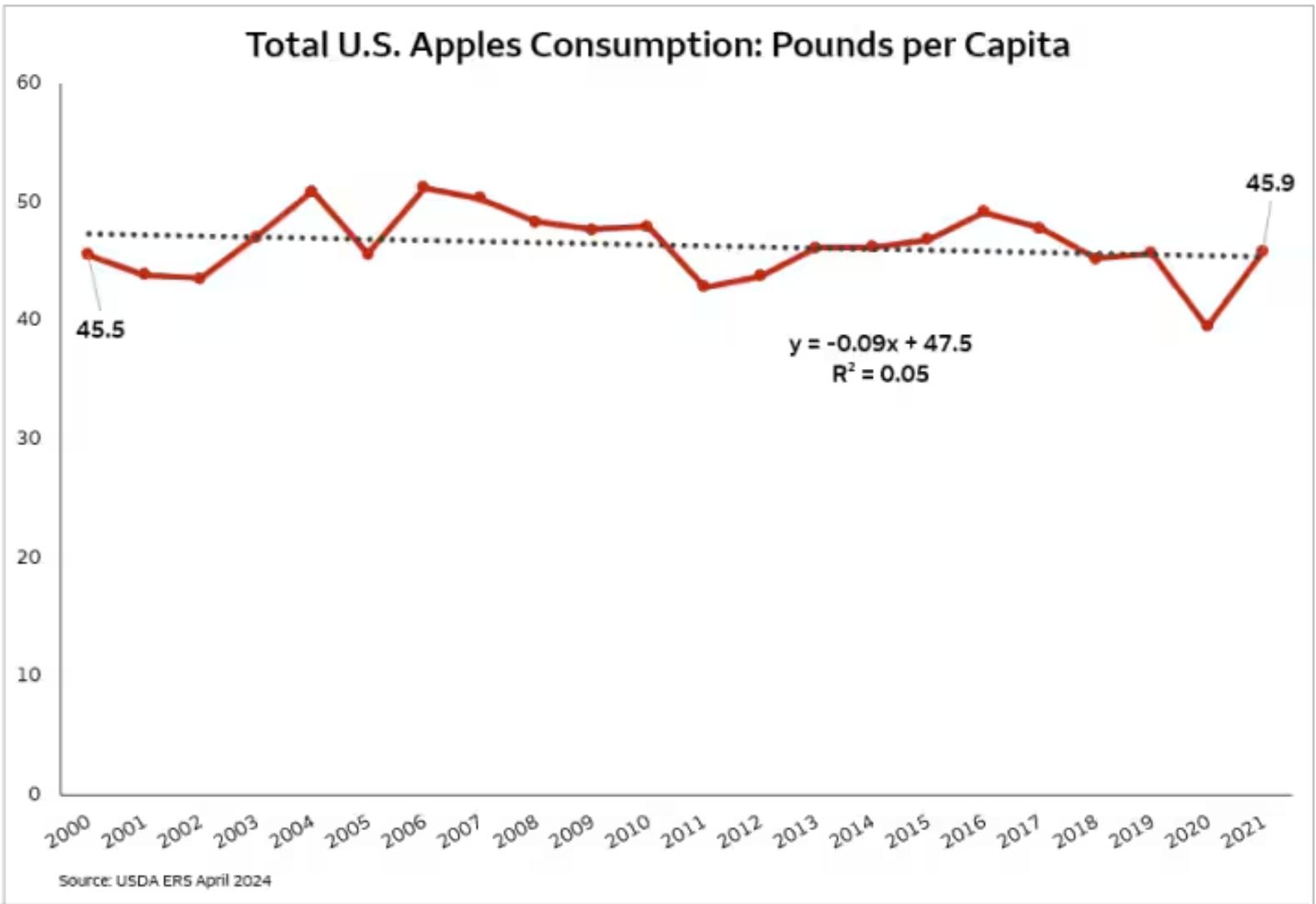
# Oferta



- Wapa,
  - EU manzanas 3.851.098, **-5%**, Peras 582.587, +18,9% a Febrero.
  - USA Apples 2.138.376 t **+33,6%**, Peras 169.474 +14,9%
- HS Manzanas **+1,1%**, 4.775.530 t.
  - RSA 1.396 +4,6%
  - Brasil 1.100
  - Chile 912 Mt **-8,4%**
  - NZ 557 +14,7%
- HS Peras **-2,3%**, 1.465.800 t
  - Argentina 614 Mt. -6%
  - RSA 567Mt +3,4%
  - Chile 203 Mt. **-5,4%**



# Consumo

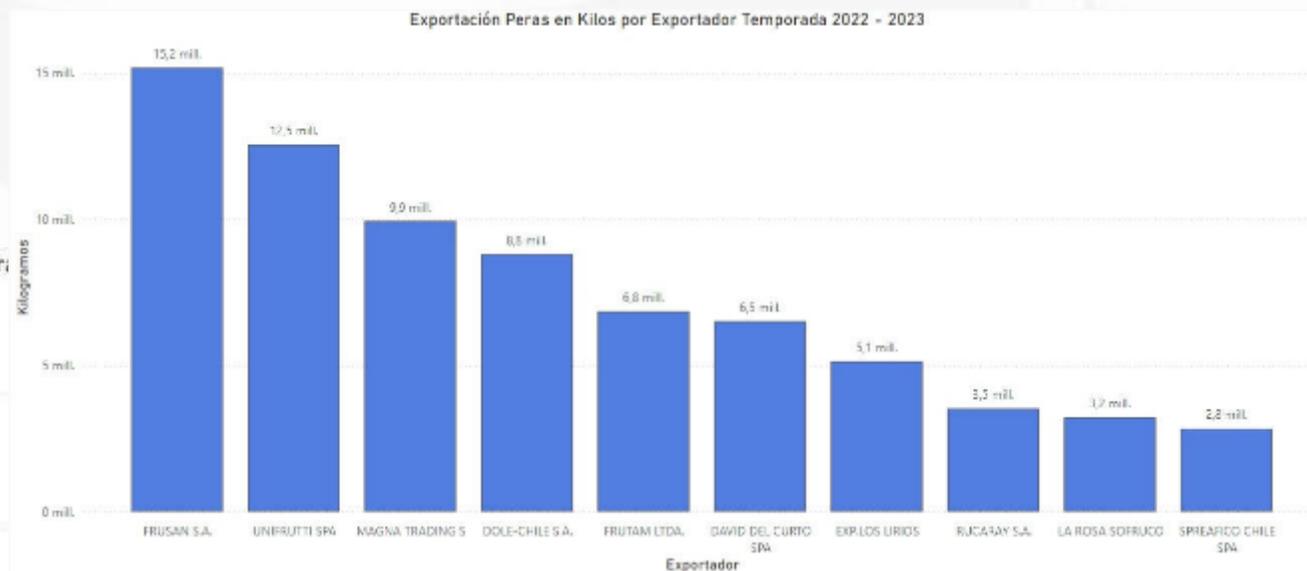
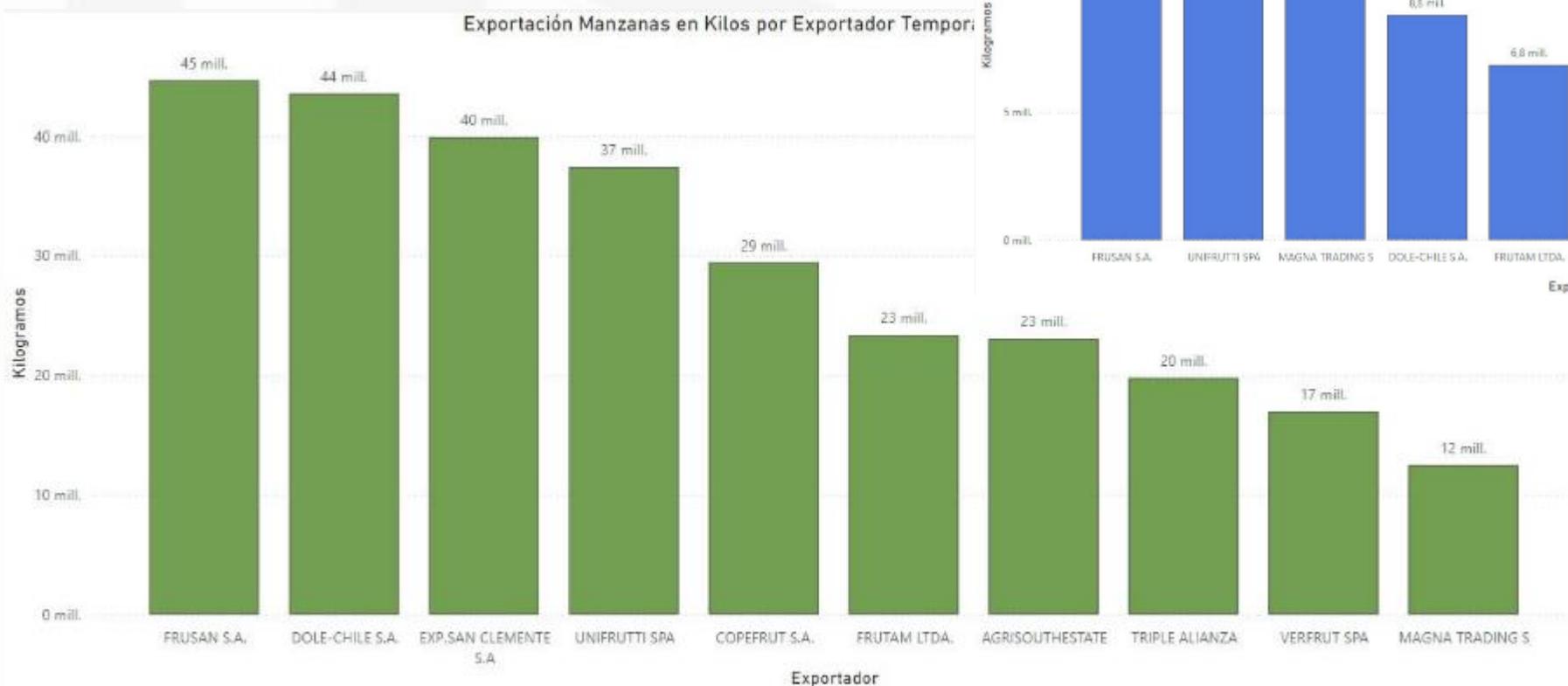


# Industria Frutícola Chilena

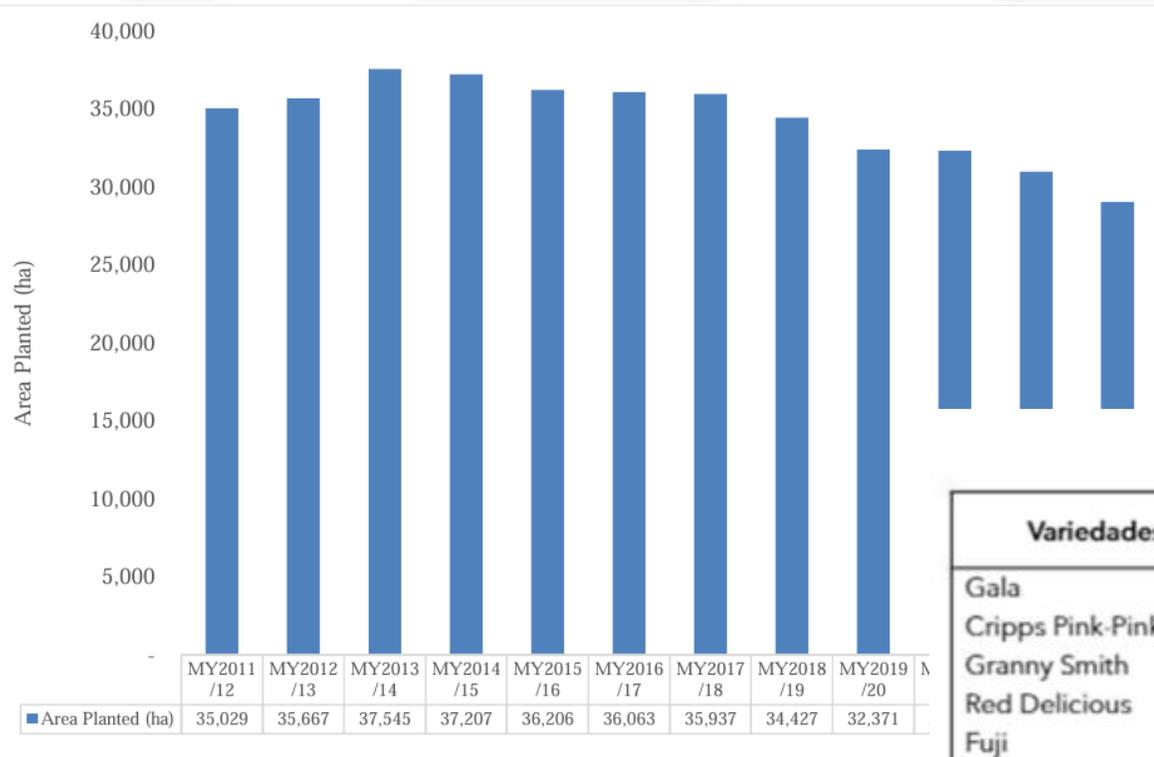
- Situación Global de competencia
  - No estamos solos...
- Cambio en la Propiedad de empresas Chilenas.
  - Fondos de Inversión, ADQ, Frutura, Westfalia, Hancock, Total
  - Conglomerados, integración, oferta global
- Desafíos de la profesionalización de la fruticultura
  - Estrategia de mercado maduro, sin espacio para errores.
  - Datos, indicadores,
  - Visión empresarial
  - Renovación, especialización, integración, asociación
- ¿Tenemos Estrategia?



# Miremos Chile Mz



# Variedades y Superficie plantada Mz



**Manzana, Chile. Exportación por variedades en toneladas y participación en el total exportado.**

Fuente: SAG-ASOEX. Elaborado por iConsulting.

Variedades	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	% Var. 23 vs 22	Part. 2017	Part. 2023
Gala	346.124	363.643	311.954	313.416	293.188	281.573	217.925	-23%	49%	47%
Cripps Pink-Pink Lady	92.887	113.839	106.728	101.074	124.385	99.324	80.101	-19%	13%	17%
Granny Smith	76.581	87.509	82.285	81.777	81.865	80.481	65.223	-19%	11%	14%
Red Delicious	90.578	104.603	76.452	55.937	52.604	55.306	39.139	-29%	13%	8%
Fuji	74.917	76.714	64.849	61.105	50.393	50.061	35.076	-30%	11%	7%
Honeycrisp	3.924	1.091	1.984	2.964	4.604	9.691	12.571	30%	1%	3%
Ambrosia	4.675	5.306	7.019	6.820	7.443	9.006	6.834	-24%	1%	1%
Otras Bicoloreadas	7.805	12.983	14.778	19.249	17.911	10.966	6.452	-41%	1%	1%
Braeburn	6.651	9.110	5.143	3.932	3.983	3.038	2.007	-34%	1%	0%
Golden Delicious	868	798	1.146	1.442	1.803	1.482	1.400	-6%	0%	0%
Sin Especificar	845	2.288	134	701	997	1.130	1.493	32%	0%	0%
<b>Total</b>	<b>705.856</b>	<b>777.883</b>	<b>672.471</b>	<b>648.417</b>	<b>639.177</b>	<b>602.057</b>	<b>468.221</b>	<b>-22%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

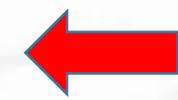
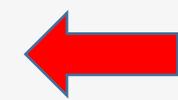
Source: ODEPA, 2023

# Chile.- MZ Mercados y países de exportación



MERCADO	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	%Var. 2023 vs. 2022	Part. 2017	Part. 2023
<b>LATINOAMERICA</b>	<b>287.124</b>	<b>279.120</b>	<b>242.120</b>	<b>269.706</b>	<b>246.022</b>	<b>316.485</b>	<b>258.734</b>	<b>-18%</b>	<b>40,7%</b>	<b>55,3%</b>
Colombia	79.411	83.780	74.360	73.587	73.772	85.745	64.270	-25%	11,3%	13,7%
Brasil	35.851	37.194	19.864	47.386	12.765	65.583	52.750	-20%	5,1%	11,3%
Ecuador	48.645	53.099	47.786	51.329	52.641	47.077	38.324	-19%	6,9%	8,2%
Perú	52.053	43.432	40.374	41.459	35.274	38.901	37.166	-4%	7,4%	7,9%
Bolivia	24.519	25.156	19.017	20.436	16.214	15.813	12.348	-22%	3,5%	2,6%
Guatemala	7.540	7.840	9.639	7.614	14.107	16.548	10.712	-35%	1,1%	2,3%
Otros	39.106	28.619	31.080	27.895	41.248	46.818	43.163	-8%	5,5%	9,2%
<b>EUROPA</b>	<b>154.264</b>	<b>225.746</b>	<b>146.764</b>	<b>169.367</b>	<b>172.391</b>	<b>116.528</b>	<b>77.518</b>	<b>-33%</b>	<b>21,9%</b>	<b>16,6%</b>
Holanda	27.884	43.304	26.091	27.964	64.819	53.156	30.113	-43%	4,0%	6,4%
Inglaterra	27.025	40.169	27.531	28.866	29.762	18.649	9.566	-49%	3,8%	2,0%
Alemania	24.871	43.863	27.031	29.327	16.242	10.795	7.728	-28%	3,5%	1,7%
Francia	16.045	22.718	16.535	19.490	11.722	3.322	6.912	108%	2,3%	1,5%
Suecia	5.647	6.258	4.971	5.455	6.852	7.110	4.964	-30%	0,8%	1,1%
España	8.130	11.302	6.404	7.085	6.820	4.178	3.746	-10%	1,2%	0,8%
Otros	44.663	58.132	38.200	51.180	36.173	19.318	14.489	-25%	6,3%	3,1%
<b>NORTEAMERICA</b>	<b>106.718</b>	<b>85.515</b>	<b>98.070</b>	<b>62.717</b>	<b>71.779</b>	<b>64.005</b>	<b>58.018</b>	<b>-9%</b>	<b>15,1%</b>	<b>12,4%</b>
USA	85.304	60.988	76.775	50.929	57.417	50.748	46.016	-9%	12,1%	9,8%
Canadá	20.741	23.182	19.898	10.428	13.087	11.922	11.069	-7%	2,9%	2,4%
Otros	673	1.344	1.397	1.360	1.275	1.335	933	-30%	0,1%	0,2%
<b>ASIA</b>	<b>92.553</b>	<b>123.446</b>	<b>128.474</b>	<b>77.389</b>	<b>100.676</b>	<b>76.532</b>	<b>48.408</b>	<b>-37%</b>	<b>13,1%</b>	<b>10,3%</b>
Taiwán	52.180	50.362	42.276	39.311	33.904	29.387	23.618	-20%	7,4%	5,0%
India	23.133	56.306	42.412	20.560	56.250	34.827	16.025	-54%	3,3%	3,4%
China/HK	12.828	12.292	39.835	15.575	8.434	12.035	8.356	-31%	1,8%	1,8%
Tailandia	549	814	1.069	364	938	244	227	-7%	0,1%	0,0%
Vietnam				42	174	17	161	829%	0,0%	0,0%
Otros	3.863	3.672	2.882	1.537	976	22	21	-4%	0,5%	0,0%
<b>MEDIO ORIENTE</b>	<b>63.094</b>	<b>61.928</b>	<b>54.636</b>	<b>67.175</b>	<b>47.072</b>	<b>28.086</b>	<b>24.849</b>	<b>-12%</b>	<b>8,9%</b>	<b>5,3%</b>
Arabia Saudita	44.435	42.077	38.378	51.182	35.795	23.517	21.237	-10%	6,3%	4,5%
EAU	12.867	10.306	9.046	9.664	6.834	2.582	1.722	-33%	1,8%	0,4%
Bahréin	1.646	1.881	1.445	1.904	1.316	1.370	731	-47%	0,2%	0,2%
Otros	4.146	7.663	5.768	4.424	3.126	617	1.159	88%	0,6%	0,2%
<b>OTROS</b>	<b>2.103</b>	<b>2.128</b>	<b>2.406</b>	<b>2.063</b>	<b>1.237</b>	<b>422</b>	<b>694</b>	<b>64%</b>	<b>0,3%</b>	<b>0,1%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>705.856</b>	<b>777.883</b>	<b>672.471</b>	<b>648.417</b>	<b>639.177</b>	<b>602.057</b>	<b>468.221</b>	<b>-22%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

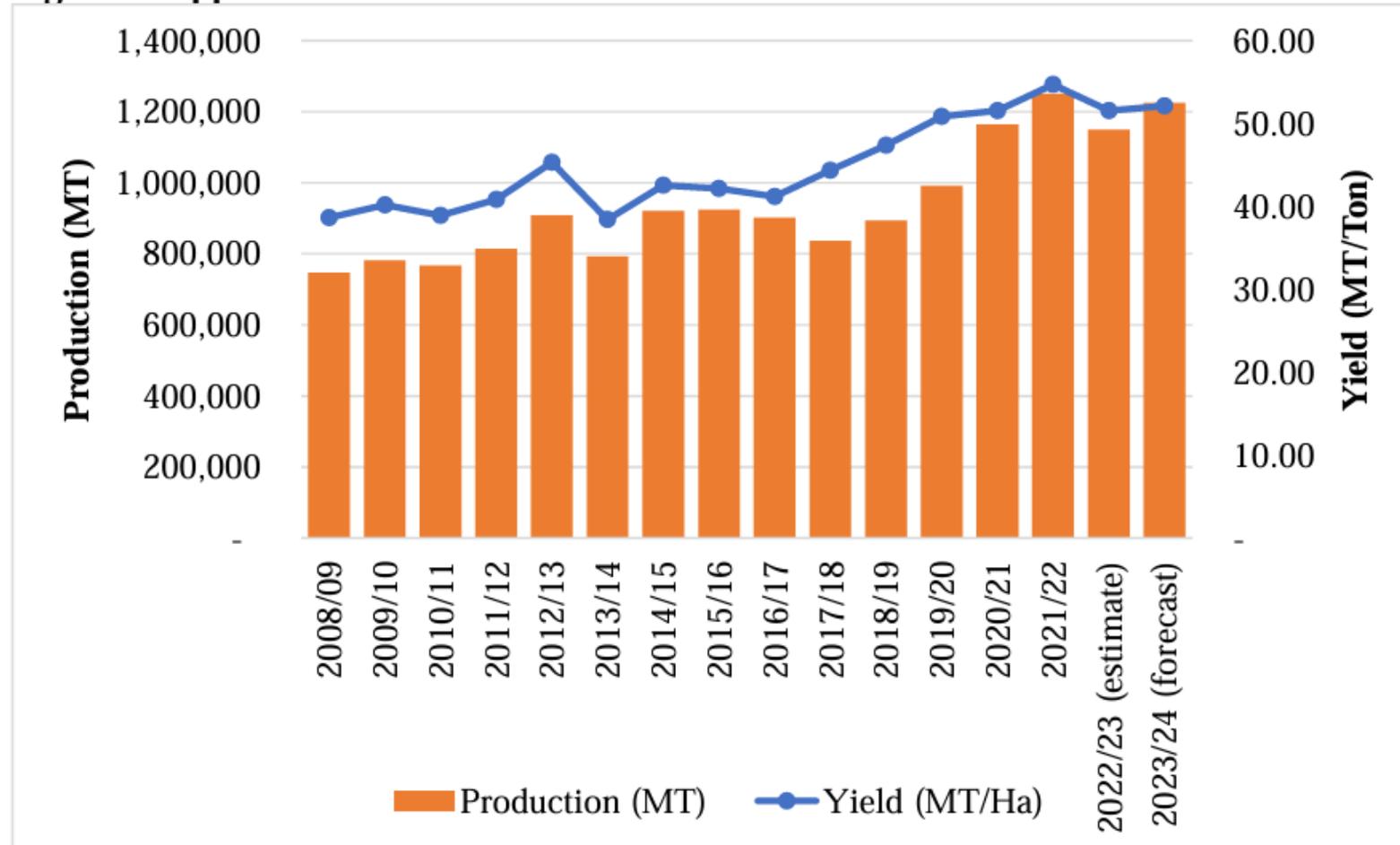
Fuente: SAG-ASOEX. Elaborado por iConsulting.



# HS: RSA



**Figure 4: Apple Production in South Africa**



Source: Hortgro and Post estimates

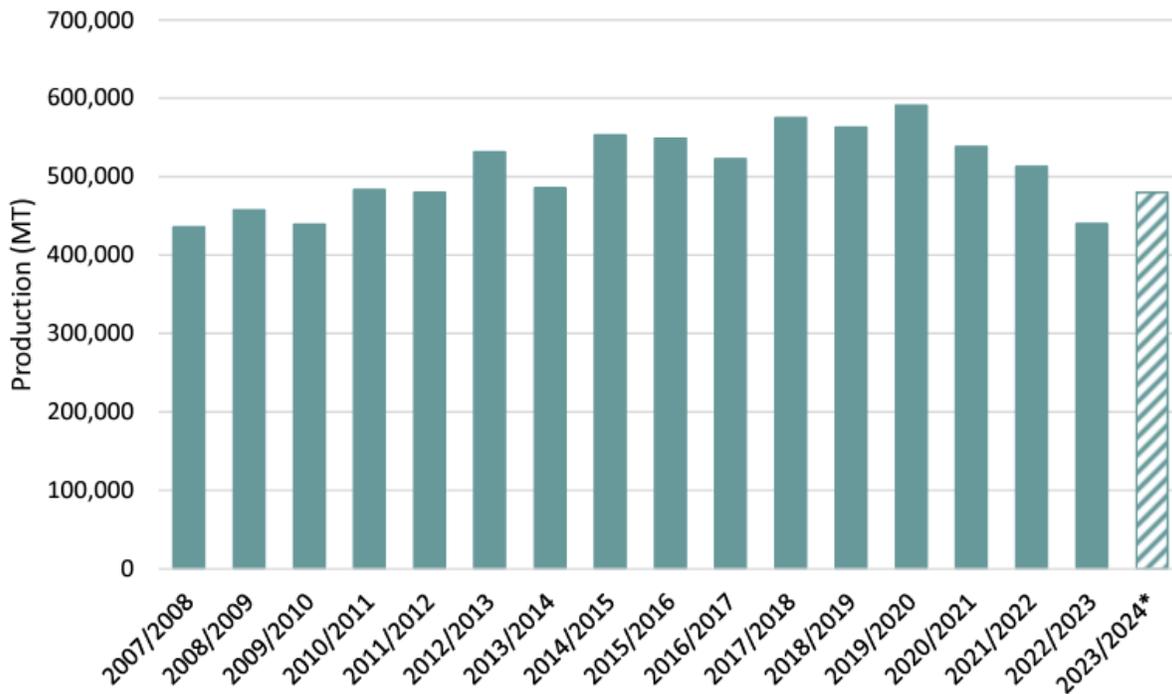
**Table 1: South African Fresh Apple Exports**

Partner Country	MY 2021/22	MY 2022/23	%Δ
United Kingdom	77,948	69,201	-11%
Nigeria	56,937	44,628	-22%
Bangladesh	38,008	42,427	12%
Malaysia	37,413	38,969	4%
United Arab Emirates	34,791	37,283	7%
Russia	26,463	11,976	-55%
Vietnam	23,783	24,409	3%
Senegal	22,772	20,576	-10%
Netherlands	21,786	23,391	7%
Kenya	17,558	18,393	5%
India	17,470	22,712	30%
Zimbabwe	16,095	14,823	-8%
Zambia	15,508	14,667	-5%
Botswana	14,172	13,171	-7%
China	13,223	16,290	23%
Ghana	12,667	11,954	-6%
Germany	11,987	6,394	-47%
Cameroon	10,784	10,808	0%
Namibia	10,678	11,697	10%
Others	145,060	153,487	6%
<b>Total</b>	<b>625,103</b>	<b>607,256</b>	<b>-3%</b>

Source: Trade Data Monitor, LLC.

# HS: NZ

- Ciclón Gabrielle
- Rentabilidad bajo presión/reconversión
- Costos
- ¿estrategia?



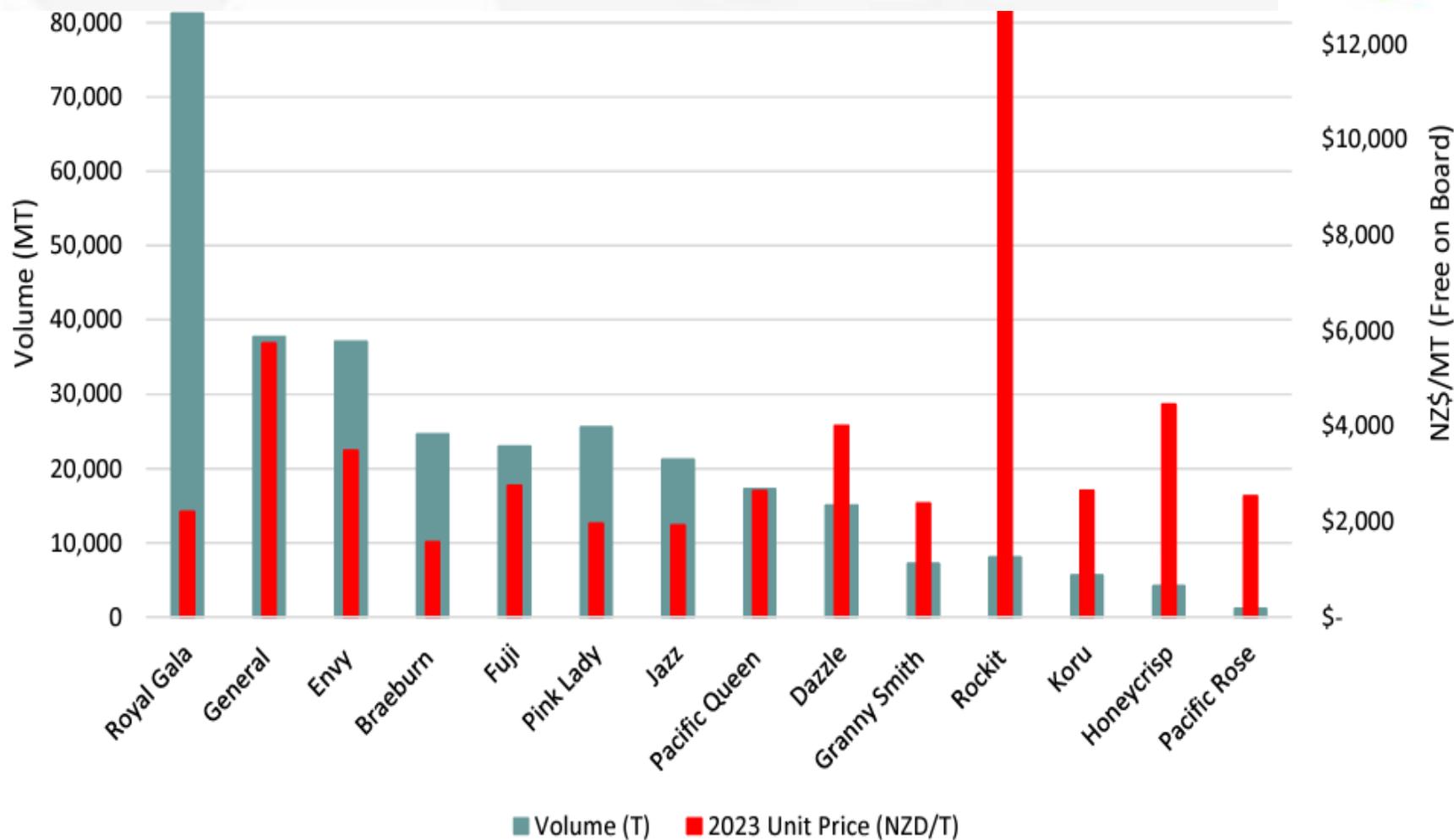
Source: Official USDA Estimates, \*FAS/Wellington forecast

Destination Country	Quantity (MT) Calendar Year				
	2019	2020	2021	2022	2023
<b>World Total</b>	390,942	400,397	355,799	340,762	309,044
<b>Vietnam</b>	25,874	32,157	33,677	47,223	44,743
<b>China</b>	45,015	38,098	35,423	53,304	41,954
<b>Taiwan</b>	20,858	26,596	29,135	31,183	28,984
<b>United States</b>	33,883	28,379	24,433	23,949	26,239
<b>Thailand</b>	32,890	23,501	20,940	22,486	22,926
<b>United Kingdom</b>	43,299	39,569	32,549	21,892	22,241
<b>India</b>	17,068	22,163	28,148	18,074	19,314
<b>EU</b>	51,846	53,183	43,007	35,042	30,789
<b>Other</b>	120,209	136,751	108,487	87,609	71,854

Source: Trade Data Monitor LLC



# NZ: Exportaciones y Valor



Source: Trade Data Monitor LLC

# En resumen...



### Baja de rentabilidad

- + Costo insumos
- + Valor mano de obra
- + Valor flete (variable)
- + Costo planta (royalties)
- Precio de algunos productos
- Crisis hídrica
- Abandono de huertos

### Mercados en turbulencia

- ✓ Europa coGuerra Ucrania y fría
- ✓ Inflación mundial
- ✓ Baja en la demanda
- ✓ Caos logísticos y Covid
- ✓ + Regulaciones por cambio climático
- ✓ n crisis energética

## ¿Estamos en Crisis?

### Alta competencia, sin Ventajas comparativas

- ✓ En producción
- ✓ En distancia al mercado
- ✓ En organización de la industria
- ✓ Eficiencia de MO

### Economía de Chile estancada

- ✓ Chile Bajó por 2º año en ranking de competitividad, llegando a un Mínimo histórico. Puesto 45 de las 63 economías monitoreadas
- ✓ Educación en crisis
- ✓ Inversión en "wait & see"

## Estamos en Revisión

Y el Mundo sigue avanzando hacia la alimentación saludable donde la fruta tiene protagonismo

# Rentabilidad Actual Manzanas en Chile, ejemplos.

		2006	2006	2006	2015
		VARIEDAD 1	VARIEDAD 2	VARIEDAD 3	VARIEDAD 4
		BROOKFIELD	FUJI RAKU	PINK LADY	ROSY GLOW
Superficie (Ha)	111,07	24,59	21,3	15,69	5,72
Retorno Neto Productor (usd/kg)		0,55	0,40	0,38	0,42
Retorno Mercado Interno (usd/kg)		0,1	0,1	0,1	0,1
Valor Dólar	900				
% Kg a Planta		89%	85%	70%	84%
% Mercado interno		11%	15%	30%	16%
% Exportación Fresco		76,5%	75,0%	83,7%	85,8%
Costo Plantación usd/há					
Insumos Químicos		2.776	2.418	2.660	2.237
Costo Pre Cosecha usd/há		4.548	3.110	3.557	3.073
Costo Cosecha usd/kg		0,04	0,07	0,08	0,07
Sueldo y Gastos Generales usd/há	4.874				
Arriendo x Hectárea	0				
<b>PRODUCCION (Kg/Há)</b>					
2024-2025		71.000	73.250	80.750	80.375
2025-2026		71.000	73.250	80.750	80.375
2026-2027		71.000	73.250	80.750	80.375
2027-2028		71.000	73.250	80.750	80.375
2028-2029		68.500	68.750	80.750	79.500

	80%	67%	76%	83%
	0,55	0,29	0,50	0,55
	2020-2021	2021-2022	2022-2023	2023-2024
<b>BROOKFIELD</b>				
PRODUCCION (Kg/Ha)	73.321	66.587	64.003	76.622
KG BRUTO	1.802.955	1.637.370	1.573.821	1.884.139
KG A PLANTA	1.604.630	1.457.259	1.400.701	1.676.884
KG EXPORTACION	1.275.681	977.821	1.064.813	1.388.963
KG MERCADO INTERNO	198.325	180.111	173.120	207.255
<b>INGRESOS TOTALES USD</b>	720.355	300.579	548.757	783.504
COSTO INSUMO QUIMICO	64.549	66.098	62.213	64.549
COSTO PRE COSECHA	91.376	114.811	76.844	108.048
COSTO COSECHA	92.729	96.098	97.450	94.180
<b>COSTOS TOTALES USD</b>	248.654	277.006	236.507	266.777
<b>MARGEN BRUTO USD</b>	471.701	23.572	312.250	516.727
SUELDOS Y GASTOS GENERALES	106.378	116.048	124.372	119.863
ARRIENDO USUFRUCTO				
<b>RESULTADO OPERACIONAL NETO</b>	365.323	-92.476	187.879	396.864
UTILIDAD OP. (PERDIDA) NETA X HA	14.857	-3.761	7.640	16.139



## Rentabilidad Actual Manzanas en Chile, ejemplos.

	53%	56%	66%	75%
	0,44	0,38	0,60	0,5
<b>FUJI RAKU</b>	<b>2020-2021</b>	<b>2021-2022</b>	<b>2022-2023</b>	<b>2023-2024</b>
PRODUCCION (Kg/Ha)	73.336	76.131	82.347	83.204
KG BRUTO	1.562.048	1.621.596	1.753.986	1.772.252
KG A PLANTA	1.327.741	1.378.357	1.490.888	1.506.414
KG EXPORTACION	703.303	766.247	979.484	1.129.811
KG MERCADO INTERNO	234.307	243.239	263.098	265.838
<b>INGRESOS TOTALES USD</b>	<b>333.622</b>	<b>316.139</b>	<b>609.600</b>	<b>590.012</b>
COSTO INSUMO QUIMICO	46.562	60.812	46.285	59.896
COSTO PRE COSECHA	88.693	99.450	101.388	65.860
COSTO COSECHA	91.420	105.137	110.334	86.563
<b>COSTOS TOTALES USD</b>	<b>226.675</b>	<b>265.398</b>	<b>258.007</b>	<b>212.318</b>
<b>MARGEN BRUTO USD</b>	<b>106.947</b>	<b>50.741</b>	<b>351.593</b>	<b>377.694</b>
SUELDOS Y GASTOS GENERALES	92.145	100.521	107.731	103.826
ARRIENDO USUFRUCTO				
<b>RESULTADO OPERACIONAL NETO</b>	<b>14.802</b>	<b>-49.781</b>	<b>243.862</b>	<b>273.868</b>
UTILIDAD OP. (PERDIDA) NETA X HA	695	-2.337	11.449	12.858

- Existe un mercado insatisfecho y dispuesto a pagar
- Problema permanente de malas llegadas, problemas de condición
- Rentabilidad ligada a (bajo) % de exportación.
- Muy afectados por la Guarda.
- Como industria no hemos entregado una solución razonable



# Rentabilidad Actual Manzanas en Chile, ejemplos.

	83%	75%	82%	82%				
	0,36	0,10	0,41	0,38	Há	15,69		0,38
PINK LADY	2020-2021	2021-2022	2022-2023	2023-2024	2024-2025	2025-2026	2026-2027	2027-2028
PRODUCCION (Kg/Ha)	79.394	88.086	59.298	86.038	80.750	80.750	80.750	80.750
KG BRUTO	1.245.699	1.382.063	930.393	1.349.942	1.266.968	1.266.968	1.266.968	1.266.968
KG A PLANTA	871.989	967.444	651.275	1.147.451	886.877	886.877	886.877	886.877
KG EXPORTACION	727.384	721.312	531.797	940.910	742.316	742.316	742.316	742.316
KG MERCADO INTERNO	373.710	414.619	279.118	404.983	380.090	380.090	380.090	380.090
<b>INGRESOS TOTALES USD</b>	<b>296.207</b>	<b>110.280</b>	<b>243.707</b>	<b>395.794</b>	<b>317.978</b>	<b>317.978</b>	<b>317.978</b>	<b>317.978</b>
COSTO INSUMO QUIMICO	45.532	41.924	37.923	37.970	41.735	41.735	41.735	41.735
COSTO PRE COSECHA	54.695	83.581	49.094	55.307	55.809	55.809	55.809	55.809
COSTO COSECHA	64.878	81.510	68.738	63.419	68.979	68.979	68.979	68.979
<b>COSTOS TOTALES USD</b>	<b>165.106</b>	<b>207.014</b>	<b>155.755</b>	<b>156.696</b>	<b>166.524</b>	<b>166.524</b>	<b>166.524</b>	<b>166.524</b>
<b>MARGEN BRUTO USD</b>	<b>131.102</b>	<b>-96.734</b>	<b>87.952</b>	<b>239.098</b>	<b>151.454</b>	<b>151.454</b>	<b>151.454</b>	<b>151.454</b>
SUELDOS Y GASTOS GENERALES	67.876	74.046	79.357	76.480	76.473	76.473	76.473	76.473
ARRIENDO USUFRUCTO					0	0	0	0
<b>RESULTADO OPERACIONAL NETO</b>	<b>63.226</b>	<b>-170.780</b>	<b>8.595</b>	<b>162.618</b>	<b>74.980</b>	<b>74.980</b>	<b>74.980</b>	<b>74.980</b>
UTILIDAD OP. (PERDIDA) NETA X HA	4.030	-10.885	548	10.364	4.779	4.779	4.779	4.779
<b>RENTABILIDAD %</b>	<b>21</b>	<b>-155</b>	<b>4</b>	<b>41</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>24</b>
	83%	83%	88%	85%				
	0,39	0,11	0,44	0,42	Há	5,72		0,42
ROSY GLOW	2020-2021	2021-2022	2022-2023	2023-2024	2024-2025	2025-2026	2026-2027	2027-2028
PRODUCCION (Kg/Ha)	56.125	94.957	85.300	92.686	80.375	80.375	80.375	80.375
KG BRUTO	321.032	543.151	487.914	530.165	459.745	459.745	459.745	459.745
KG A PLANTA	269.667	456.247	409.848	445.339	386.186	386.186	386.186	386.186
KG EXPORTACION	224.253	377.684	359.570	378.538	331.347	331.347	331.347	331.347
KG MERCADO INTERNO	51.365	86.904	78.066	84.826	73.559	73.559	73.559	73.559
<b>INGRESOS TOTALES USD</b>	<b>93.140</b>	<b>49.337</b>	<b>164.505</b>	<b>166.997</b>	<b>146.113</b>	<b>146.113</b>	<b>146.113</b>	<b>146.113</b>
COSTO INSUMO QUIMICO	14.803	14.060	11.417	16.474	12.796	12.796	12.796	12.796
COSTO PRE COSECHA	27.530	23.263	16.479	17.486	17.578	17.578	17.578	17.578
COSTO COSECHA	21.690	33.090	32.627	27.879	25.746	25.746	25.746	25.746
<b>COSTOS TOTALES USD</b>	<b>64.024</b>	<b>70.413</b>	<b>60.523</b>	<b>61.839</b>	<b>56.119</b>	<b>56.119</b>	<b>56.119</b>	<b>56.119</b>
<b>MARGEN BRUTO USD</b>	<b>29.116</b>	<b>-21.076</b>	<b>103.982</b>	<b>105.158</b>	<b>89.994</b>	<b>89.994</b>	<b>89.994</b>	<b>89.994</b>
SUELDOS Y GASTOS GENERALES	24.745	26.994	28.931	27.882	27.879	27.879	27.879	27.879
ARRIENDO USUFRUCTO					0	0	0	0
<b>RESULTADO OPERACIONAL NETO</b>	<b>4.370</b>	<b>-48.070</b>	<b>75.051</b>	<b>77.277</b>	<b>62.115</b>	<b>62.115</b>	<b>62.115</b>	<b>62.115</b>
UTILIDAD OP. (PERDIDA) NETA X HA	764	-8.404	13.121	13.510	10.859	10.859	10.859	10.859

- Ejemplo de mejora continua, con Royalty
- Mismos precios diferente distribución de calidades
- ¿Mantenemos o arrancamos?
- **PxQxC!!!**



OUR FRUIT

# Frutera San Fernando S.A.



Empresa Chilena  
con operaciones en  
*Chile and Peru*

Dueños son 5  
*Chilean growers*

Fundada en  
**1979**

Exportaciones a los 5  
continentes, y más de  
**50 countries**

**13 million**  
De cajas exportadas,  
cerca de 130.000 tons

*First Quality*  
Produce

# Nuestras Instalaciones



## LO HERRERA



## SAN FERNANDO



## CHIMBARONGO



## ANGOL



## FREIRE



- Braeburn
- Cripps Pink
- Elstar
- Evelina
- Fuji
- Golden Delicious
- Granny Smith
- Honeycrisp
- Jonagold
- Pink Lady
- Red Delicious
- Royal Gala
- Sweetango



- Abate Fetel
- Forelle
- Packham's Triumph
- Coscia/Ercolini
- Doyenne Du Comice
- Flamingo
- Summer Bartlett

### Resumen Capacidades de Bins

	San Fernando	Lo Herrera	Angol	Freire	Chimbarongo	Total
Cámaras FC (bins)	40.596	6.984	20.496	24.297	11.636	104.009
Cámaras AC (bins)	32.841	8.320	17.010	19.220	14.722	92.113
Pallets	5.668	4.104	2.349	2.542	5.330	19.993
Bins	73.437	15.304	37.506	43.517	26.358	196.122
<b>Total Tons de Fruta</b>	<b>34.308</b>	<b>10.073</b>	<b>16.976</b>	<b>19.514</b>	<b>15.610</b>	<b>96.480</b>

## .. "Por qué y para qué buscar variedades nuevas?"..

- 🍷 Rentabilidad: exportadora, productor.. Industria..
  - ✓ Ingresos..
  - ✓ Diversificar riesgo..
  - ✓ Oportunidad (ventana cosecha)..



onomía..

cuos, sustentables..

cto de valor..

## .. "Qué atributos debe tener una variedad nueva?"..

🍷 .."Qué se venda sola"..

- ✓ "Rica de comer: Dulce, firme, uniforme, jugosa, crocante"..
- ✓ "Fácil de comer".. "Que aguante en el refrigerador"..



🍷 .."Productiva y que entre rápido en producción"

- ✓ Precoz y producción estable en el tiempo..
- ✓ Fruta de calibre y calidad uniforme.. rendimiento embalaje alto..
- ✓ Planta de manejo amigable.. que se adapte a condiciones de clima cambiante..

🍷 .."Calidad excepcional"..

- ✓ Postcosecha prolongada.. sin defectos..



# ¿Qué queremos?, expectativa versus realidad

- Producto Distintivo
- Plantas de calidad incuestionable
- Paquete tecnológico local
- Paquete Promoción/marca Global
- Garantía de Rentabilidad



**La variedad de manzana Bigbucks de Sudáfrica obtiene derechos de obtentor en Australia**  
Bigbucks, la mutación de Gala de Sudáfrica, conocida por su color rojo vino, ha iniciado un nuevo capítulo después de que recientemente se le hayan...



# Nuevas Variedades/productos...¿qué considerar?

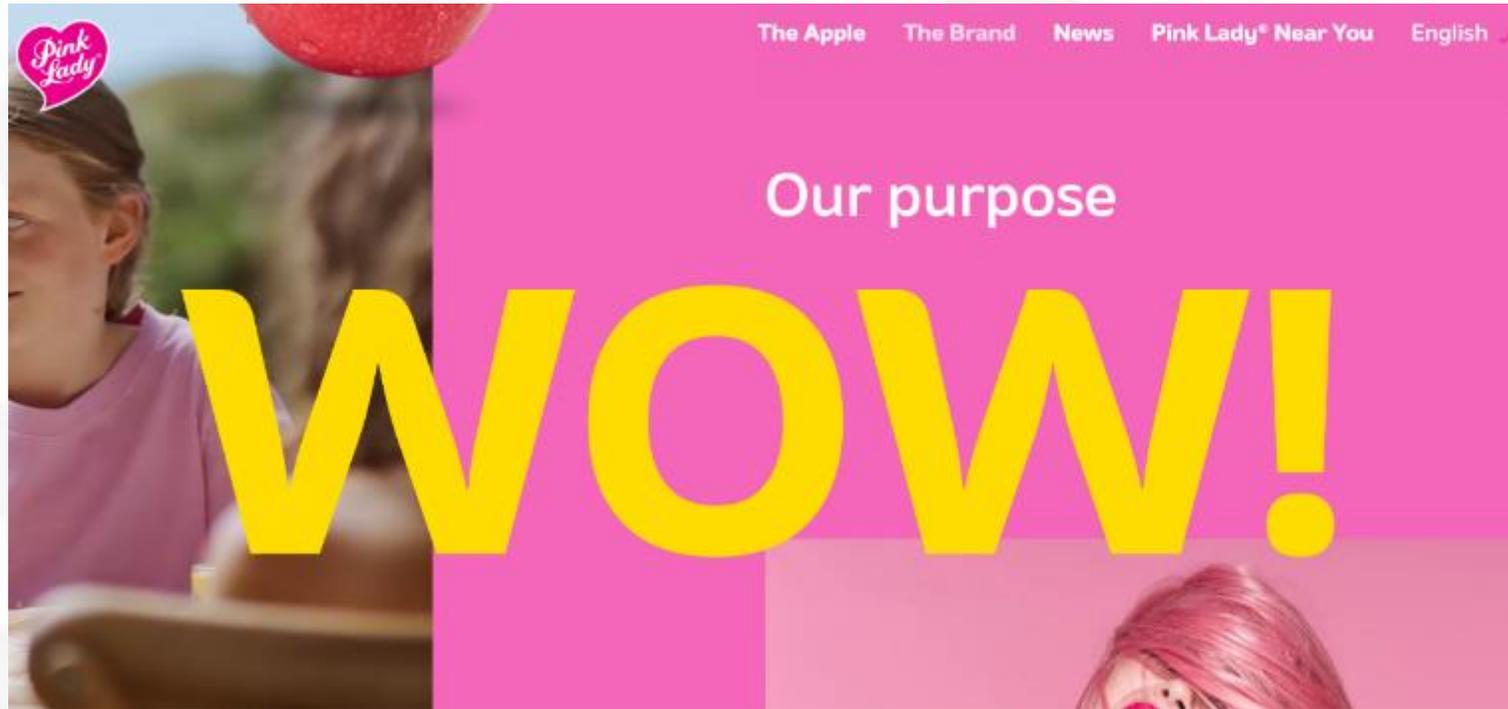
Will the shuffle continue? Yes, says Dr. Swanson. "To be a successful new variety, the product needs to stand out to the consumer as something unique. To work, it needs to have volume and yield, along with the other marketing factors. At the end of the day, most new varieties are just another name for the same apple to the consumer," he says.

- Único/Factor wuau!
- Paquete completo
- No más de lo mismo
- Consumidores del futuro

At the same time, will those new varieties appeal to new generations? "Food preferences continue to change," says Dr. Swanson. "With Gen Z representing one of the most diverse populations, the industry would benefit from asking what flavors and textures stand out to them. Polling the next generation also couldn't hurt. The industry needs to focus on the consumer of tomorrow when planting orchards that last for decades."

# Ejemplos

	ENCUESTA PINK LADY (TONS)	21 EMP	Ha Plant	Ha Arrancada	Ha Industria
		MSh 21-22			
2023	21 Empresas con Encuesta	85%	2.142	343	113
2023	OTROS	15%	391	63	21
	<b>TOTAL INDUSTRIA</b>	<b>100%</b>	<b>2.533</b>	<b>406</b>	<b>134</b>
	% del Total		100%	14%	5%
2024	28 Empresas con Encuesta	88%	2.219	0	109
2024	OTROS	12%	303	0	15
	<b>TOTAL INDUSTRIA</b>	<b>100%</b>	<b>2.522</b>	<b>0</b>	<b>124</b>
	% del Total		100%	0%	5%



## Características

### **Pink Lady®**, una manzana única

- ♥ Sticker de corazón, garantía de calidad y de autenticidad
- ♥ Color rosadito único
- ♥ Forma redondeada
- ♥ Sabor equilibrado entre dulce y ácido
- ♥ Textura pulpa crujiente y jugosa
- ♥ Riqueza aromática excepcional: miel, vainilla, especias, rosa, etc.

# Ejemplos

## WASHINGTON Cosmic plantings

WA 38 fruit is starting to reach store shelves under the Cosmic Crisp brand in other corners of the world besides Washington, but volumes are small because plantings are small.



SOURCE: PROPRIETARY VARIETY MANAGEMENT

JARED JOHNSON AND ROSS COURTNEY/GOOD FRUIT GROWER

WA 38 fruit is starting to reach store shelves under the Cosmic Crisp brand in other corners of the world besides Washington, but volumes are small because plantings are small.



© FreshPlaza

## Retail & POS Resources

Welcome to the Cosmic Crisp® Apple Resource Center where you'll find valuable tools and assets for print and digital use. If you can't locate what you're looking for, please send an email to [contact@cosmiccrisp.com](mailto:contact@cosmiccrisp.com) and we will gladly assist you.



Media Kit  
EXPLORE



Retailer Kit  
EXPLORE



Packaging Kit  
EXPLORE



Brand Guide  
VIEW & DOWNLOAD

# Malas noticias...

- Mercados Maduros, oferta complementaria.
- Preferencia a la producción Local
- Tecnologías de Postcosecha
- Nuevos desafíos

## Honeycrisp apple prices dip as supply exceeds demand in the US

In Minnesota, the birthplace of the Honeycrisp apple, this variety is not only cherished for its origins but also for its unique texture and flavor. Recent data from the USDA reveals a significant drop in the retail price of Honeycrisps, now at \$1.70 per pound from \$2.49 the previous year.

The Honeycrisp, which was introduced by the University of Minnesota in 1991, quickly ascended to become the third most sought-after apple variety in the United States, with prices once hitting around \$4 per pound in 2012.

## Honeycrisp apple prices are finally falling. Will they be sustainable income for Minnesota farmers in the future?

Cathy Wurzer and CJ Younger March 21, 2024 8:59 AM



Honeycrisp apples in early October. 🍏 Paul Huttner | MPR News 2023



Listen

*honeycrisp apple prices are finally falling. will they be sustainable income for minnesota farmers in the future?*

Share

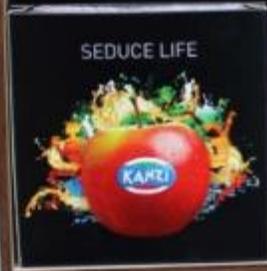


The premium price for Honeycrisp apples is finally starting to drop as supply exceeds demand. The USDA reported the average retail price for Honeycrisp apples was \$1.70 per pound in early February, compared to \$2.49 in 2023.



VÖG  
Home  
of apples

envy  
BITE & BELIEVE



Giga  
MIGHTY GOOD

I am  
Marlene  
DAUGHTER OF THE ALPS



BIOSÜDTIROL

# ¿Cuál es la próxima var. Estrella?



***WA 64, Honey Crisp x Cripps Pink***

The WSU's apple breeding program opened in 1994 to "develop new varieties suited to the unique climate of central Washington and that are available to Washington growers." The goal is to produce apple varieties with an improved eating quality, texture, and storability.

Some of the university's former releases are the Cosmic Crisp WA38, released in 2019 and now among the top 10 best-selling U.S. apple varieties, and Sunrise Magic WA2, the first WSU apple variety release.

# Modelos de Royalty

- Modelo abierto = Mejora continua, menor inversión, mejora industria, permanecer.
- Modelo cerrado/Club = Paquete completo, Producto distintivo o único, mayor costo, innovación
- Nuevos Modelos

## ✓ Los modelos de negocio son variables dependiendo de la variedad



## ✓ Los modelos de negocio son variables dependiendo de la variedad



# Ideas Centrales

- Producto maduro...sin espacio para errores
- Gran competencia, mercados maduros
- Mz globales no disminuyen, Chile baja generando un mejor mercado puntual. En nosotros está su desarrollo, Brasil, Lat y Centro américa.
- Gran volumen var tradicionales (menor retorno)
- Nuevos desarrollos, aún bajo %, pero mejor retorno (dado paquete T+C)
- Precios globales estables, búsqueda de oportunidades
- Chile no tiene estrategia industria, seguidor. Tarea pendiente, ¿la tomamos?
- Desarrollo varietal v/s Desarrollo de producto, factores de éxito (paquete)
- Si al la mejora continua y si a compartir valor cuando se garantiza agregar valor.
- Rentabilidad, mínima para mantener y crecer con precaución. Producto maduro
- Frusan está desarrollando nuevos proyectos plantando y creciendo.



Sliced WA 64 apples show the newly released variety's yellow-pink skin and white interior. The WSU-bred apple has outstanding eating and storage qualities.



¡Muchas Gracias!

Ricardo González G.

Email: [ricardo.gonzalez@frusan.cl](mailto:ricardo.gonzalez@frusan.cl)

Cel: +569 68397140

*We are more than fruit...*

*We are...*



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