



PROSPECTO DE EMISIÓN DE ACCIONES

HORTIFRUT S.A.

INSCRIPCIÓN REGISTRO DE VALORES N° 1.096

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 **Intermediarios participantes en la elaboración del prospecto:** El presente prospecto ha sido elaborado por BTG Pactual Chile S.A. Corredores de Bolsa, Credicorp Capital S.A. Corredores de Bolsa y Banchile Corredores de Bolsa S.A.

1.2. **Levenda de responsabilidad:** LA COMISIÓN PARA EL MERCADO FINANCIERO NO SE PRONUNCIABA SOBRE LA CALIDAD DE LOS VALORES OFRECIDOS COMO INVERSIÓN. LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN ESTE PROSPECTO ES DE RESPONSABILIDAD EXCLUSIVA DEL EMISOR Y DEL O LOS INTERMEDIARIOS QUE HAN PARTICIPADO EN SU ELABORACIÓN.

LA INFORMACIÓN RELATIVA AL O LOS INTERMEDIARIOS, ES DE RESPONSABILIDAD DEL O DE LOS INTERMEDIARIOS RESPECTIVOS, CUYOS NOMBRES APARECEN IMPRESOS EN ESTA PÁGINA.

1.3 **Mercado en que serán transadas las acciones:** Las acciones se transarán en el mercado general.

2. IDENTIFICACIÓN DEL EMISOR Y LA EMISIÓN

2.1 **Fecha del prospecto:** julio de 2019.

2.2 **Identificación:**

(a) **Nombre o razón social:** Hortifrut S.A.

(b) **Nombre de fantasía:** No tiene.

(c) **RUT:** 96.896.990-0

(d) **Dirección oficina principal:** Avenida Del Cóndor 600, piso 4, Huechuraba, Santiago.

(e) **Teléfono:** (56 2) 24792600.

(f) **Fax:** (56 2) 24792682.

(g) **Correo electrónico:**

Gabriela Rojas Violic, Gerente de Control de Gestión – Hortifrut S.A.

Mail: grojas@hortifrut.com.

(h) **Página web:** www.hortifrut.com.

2.3 **Número y fecha de la inscripción de la emisión en el Registro de Valores:** N° 1.084 de fecha 27 de junio de 2019.

3. ANTECEDENTES GENERALES DE LA SOCIEDAD

3.1 Historia y actividades y negocios:

Entre los años 1980 y 1984, don Víctor Moller inicia las importaciones de material genético de Berries a Chile y forma la empresa Productora de Espárragos Limitada, que luego cambia su nombre a Productora Hortícola y Frutícola S.A., cuya sigla es Hortifrut.

En los años 80 se inicia en Chile el cultivo de la frambuesa roja y en 1984 fue Hortifrut quien realizó la primera exportación de Berries frescos desde Chile a Norteamérica. Dos años después, también fue la primera empresa de Berries en Chile en exportar a Europa (iniciando el uso de su marca Southern Sun en ese continente). Durante este mismo año, el cultivo de Berries en Chile se expande a moras, arándanos, frambuesas doradas y zarzaparrillas.

En 1988 Hortifrut concreta su primera alianza estratégica al asociarse a la empresa californiana Costal Berries.

En 1989 Hortifrut define su sueño y su visión de compañía, de abastecer al mercado de contra estación con toda la categoría de Berries (frutillas, frambuesas, moras y arándanos), en una sola organización, bajo una sola marca, abasteciendo el mercado las 52 semanas del año, integrando desde la genética hasta el cliente final, definiendo el gran sueño con la frase: “*Todos los Berries, a Todo el Mundo, Todos los Días*”. Hortifrut creó entonces un modelo de negocios global y exitoso. Para lograr esto, Hortifrut también decidió basar su modelo en alianzas estratégicas uniendo a los mejores del hemisferio sur con los mejores del hemisferio norte. De esta forma complementarían una oferta de todos los productos, todo el año.

En 1990 Hortifrut invita a los mayores productores de Berries de Estados Unidos y adquieren la marca Naturipe® y forman Naturipe Farms.

En 1995, con el objeto de completar el abastecimiento de Berries las 52 semanas del año, se inicia la producción y exportación de Berries desde México y Guatemala a EE.UU., creando Hortifrut México. Posteriormente, en 1999, se forma Hortifrut Argentina.

En 2000, Hortifrut realiza la primera exportación desde Chile de arándanos orgánicos y, con el objetivo de ampliar sus mercados y el de sus productos, hace una alianza estratégica comercial y productiva en Europa con Atlantic Blue, los mayores productores de arándanos en España, y crea Hortifrut España.

En 2001 Hortifrut inicia una etapa clave en su propuesta de valor al dar inicio al programa de desarrollo genético de arándanos, frambuesas y moras.

En 2004, 4 años después de ingresar al mercado europeo, Hortifrut y Atlantic Blue crean Euroberry Marketing, filial clave para la distribución y comercialización de Berries en Europa.

En 2008, Hortifrut comienza el proceso de instalación de ERP SAP para sus operaciones en Chile. Actualmente están conectados también bajo este sistema Perú, México, España, Brasil y EE.UU. El mismo año, la Compañía se transforma en el productor de arándanos orgánicos más grande del

mundo. Junto con esto, dado el gran crecimiento de la economía de Brasil, Hortifrut se embarca en la generación de una base de producción y distribución en ese país, creando la empresa BerryGood.

El año 2010 se caracterizó por la implementación del proyecto RTE (Ready to Eat) en sociedad con Munger Farms de California, y en 2012 Hortifrut cierra acuerdos con Michigan BlueBerry Growers y Munger Brothers para explotar el negocio de Food Service utilizando esta tecnología.

Igualmente, en julio de 2012, Hortifrut concreta de manera exitosa su apertura en bolsa, levantando más de 67 millones de dólares.

En 2013, junto con el aniversario de los 30 años de la Compañía, Hortifrut materializa su fusión con el segundo exportador más grande de arándanos del hemisferio sur, VitalBerry Marketing.

El año 2014 Hortifrut ingresa al mercado peruano como productor y exportador de Berries a través de la sociedad Hortifrut Tal SAC. En el mismo año, Hortifrut firma un Joint-Venture en China para el desarrollo genético-productivo.

En 2015, Hortifrut constituye una segunda sociedad en Perú bajo el nombre de HFE Berries Perú SAC, para el desarrollo de otro foco productivo en este país.

Durante el año 2016 se concreta el ingreso al mercado estadounidense de Hortifrut como productor de Berries a través de la sociedad Munger Hortifrut North America, LLC, en asociación con Munger Brothers. En el mismo año, y en línea con el esfuerzo de la Compañía por hacer énfasis en la innovación, Hortifrut desarrolla la 2da Feria de Tecnología e Innovación Hortifrut.

En marzo de 2017, Hortifrut firma un acuerdo de Joint-Venture con Joy Wing Mau Agricultural Produce Corporation (JWM), el mayor productor industrial frutícola de China y filial de Legend Holding Corporation, para crear una nueva empresa con el objetivo de desarrollar y liderar el negocio de Berries frescos en China continental.

En octubre de 2017, Hortifrut firma un Acuerdo Marco de Compraventa y Fusión con Grupo Rocío, uno de los más importantes productores, exportadores y distribuidores de arándanos del hemisferio sur. Posteriormente, el 28 de junio de 2018 Hortifrut materializa el cierre de esta transacción, a través de la cual Hortifrut incorpora 1.450 hectáreas plantadas en Perú, alcanzando un total de 2.164 hectáreas plantadas en ese país y consolidando su posición de liderazgo en el mercado mundial de berries.

En julio de 2018 el Grupo FM, el Grupo VitalBerry y el Grupo Rocío firmaron un pacto de accionistas y acuerdo de actuación conjunta, ingresando el Grupo Rocío al grupo controlador, tal y como se describe en el punto 5.1 de este prospecto.

En noviembre de 2018, Hortifrut Chile S.A. (filial de Hortifrut S.A.) fue certificada como Empresa B, uniéndose a un selecto grupo de empresas del mundo, transformándose en la compañía chilena más grande en obtener este importante reconocimiento internacional, vinculado a la Sostenibilidad, basado en cuatro pilares: Gobierno corporativo y transparencia, Colaboradores, Comunidad y Medioambiente.

En mayo de 2019 Hortifrut S.A. concreta la exitosa colocación inaugural de bonos en el mercado local por UF2.250.000, a través de la emisión de las series A y B, con el fin de diversificar las fuentes de financiamiento y refinanciar pasivos financieros de la Compañía. Cabe destacar que la serie A cuenta con la certificación verde y social de Vigeo Eiris, la que tiene por objetivo continuar fortaleciendo el compromiso con el desarrollo sostenible como uno de los pilares estratégicos de la Compañía.

3.2 **Sectores industriales o económicos:**

3.2.1 **El producto Berries**

Los principales Berries comercializados a nivel mundial son cuatro:

- Arándano:** Fruto rico en antioxidantes, de agradable sabor y de intenso color azul. El arándano, que nace de un racimo, es de color blanco al principio y a medida que va madurando se torna cada vez más rojizo, para convertirse en azul cuando está completamente maduro. Por ser dulce, es generalmente utilizado en mermeladas, jaleas, pasteles y diversos otros platos dulces.
- Frambuesa:** Fruto de agradable sabor, intenso color rojo y de textura aterciopelada. De sabor fuerte y dulce, que fructifica a finales de verano o principios de otoño. Esta fruta del bosque es parecida a la zarzamora, pero más pequeña y blanda.
- Frutilla:** Fruto dulce de forma cónica de la cual se cuentan más de 2.000 variedades en el mundo. Es de pequeño tamaño, en forma redondeada o cónica y color rojo brillante. Su pulpa es mantecosa, con sabor dulce y aroma intenso.
- Mora:** Fruto que crece en arbustos de la familia de las rosáceas, de la cual se cuentan más de 2.000 variedades en el mundo. El color de la mora varía desde el blanco con un tanto de verde, pasando por rojo, llegando finalmente al negro o púrpura oscuro. Las moras contienen alta cantidad de minerales y vitaminas, lo que permite proveer un alto aporte nutricional.

3.2.2 Industria Mundial de Berries

a) El mercado

Aproximadamente un 90% de los ingresos de Hortifrut provienen de Norteamérica (Estados Unidos) y Europa (Reino Unido, Alemania, Noruega y Suecia). Todos estos países se caracterizan por ser desarrollados y con alta clasificación crediticia, lo cual le permite a la Compañía disminuir su riesgo operacional.

Norteamérica

Norteamérica es el mercado de mayor tamaño en la industria de los Berries, mercado en el cual el consumo total de las cuatro categorías más relevantes de Berries alcanzó 1.500.000 toneladas en 2018, con un crecimiento de un 5,8% compuesto anual durante el período 2008-2018, el cual ha seguido creciendo incluso en épocas de crisis económica.

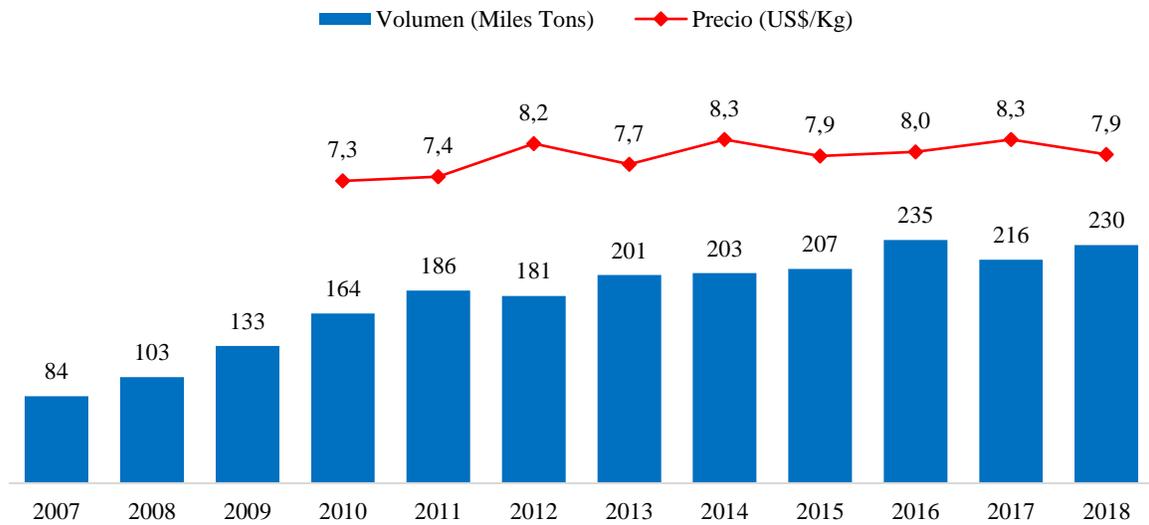
Dejando de lado la frutilla, que muestra un crecimiento menos acelerado dado que es una variedad en régimen maduro en Norteamérica, el consumo del resto de la categoría de Berries aumentó un 8,7% anual en dicho período.

El mercado norteamericano satisface gran parte de su consumo con producción interna e importaciones provenientes principalmente desde Chile, México, Argentina y Perú. En el hemisferio norte, la producción interna se genera en los meses de verano y gran parte de las importaciones provenientes del hemisferio sur se llevan a cabo en invierno.

Esto último genera curvas de precio y volumen atractivas para un productor global como Hortifrut, quien logra aprovechar ventajas de las caídas en el volumen ofrecido en las épocas entre abril y mayo y entre septiembre y noviembre. Los gráficos a continuación muestran el comportamiento de los volúmenes y precios de los cuatro Berries consumidos en Norteamérica.

Para el caso particular de los arándanos, su consumo en los últimos 10 años ha aumentado a una tasa anual compuesta de 8,4%. Los precios han experimentado un comportamiento relativamente estable en los últimos años a pesar del crecimiento experimentado en el volumen ofrecido, lo cual es muestra de la fortaleza que tiene la demanda por este producto. A pesar de lo anterior, el volumen ofrecido en el año 2017 fue levemente inferior al del año 2016, llevando una leve alza en el precio promedio del arándano. Esta disminución se debió únicamente a una caída en el volumen ofertado en Norteamérica y no a una disminución de la demanda, producto al crecimiento de las exportaciones a otros mercados como Europa y Asia.

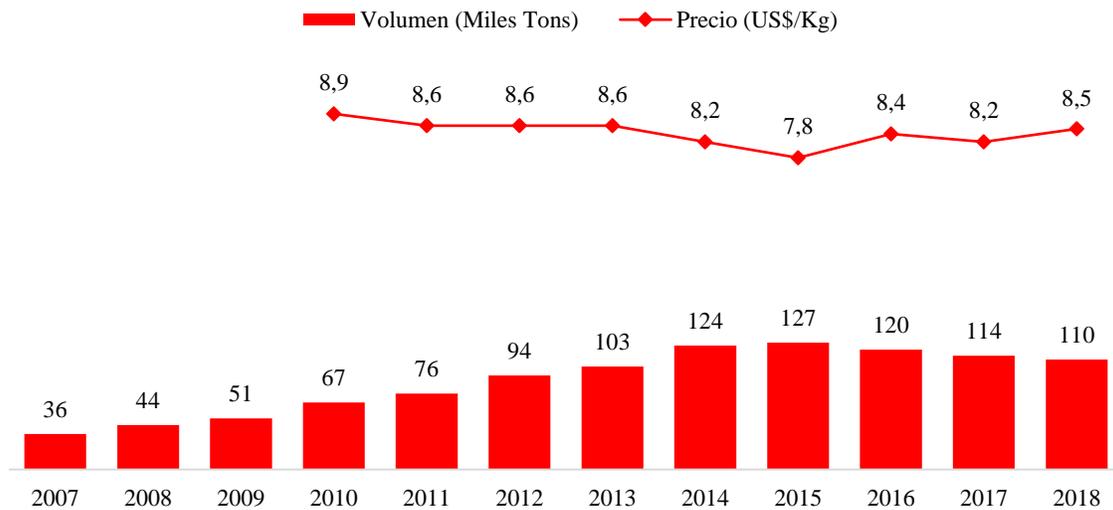
Evolución del consumo y precio de arándanos en Norteamérica



Fuente: U.S. Department of Agriculture

La frambuesa también ha experimentado un fuerte crecimiento, alcanzando una tasa anual compuesta de 9,5% durante los últimos 10 años.

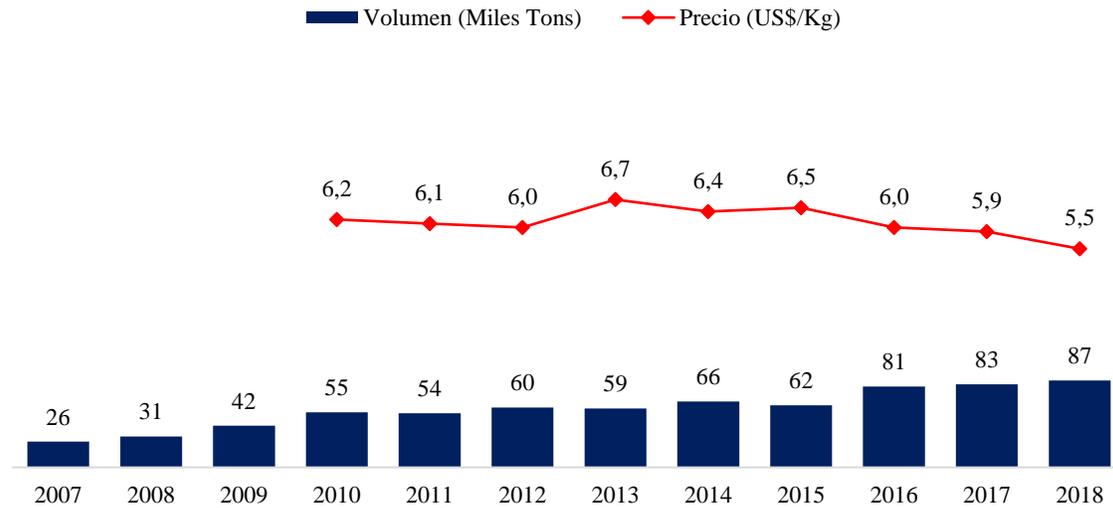
Evolución del consumo y precio de frambuesas en Norteamérica



Fuente: U.S. Department of Agriculture

Para el caso de las moras, el crecimiento anual compuesto durante los últimos 10 años ha sido de un 10,4%.

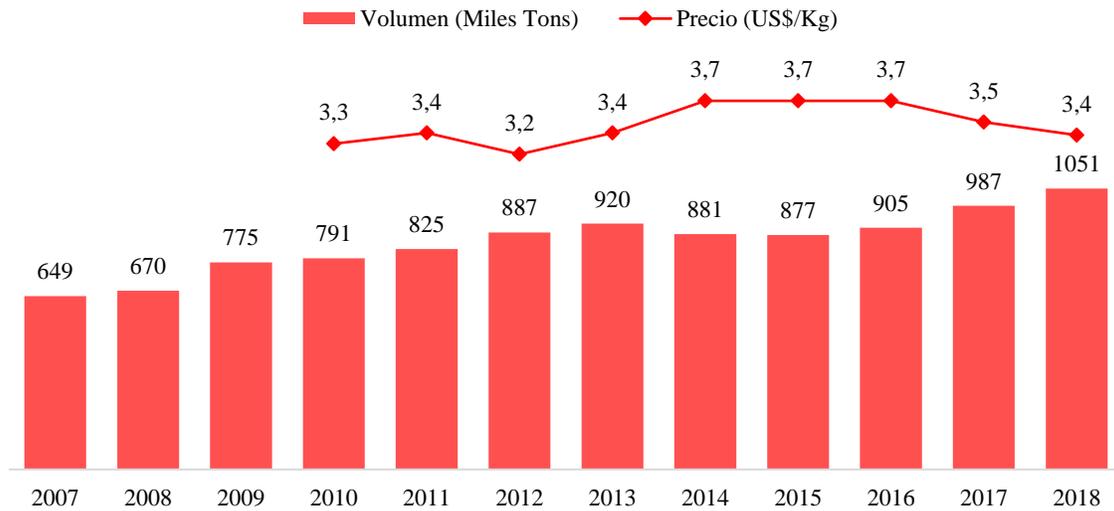
Evolución del consumo y precio de moras en Norteamérica



Fuente: U.S. Department of Agriculture

Por último, la Frutilla ha experimentado un crecimiento anual compuesto de 4,6% durante el período 2008 - 2018. Su menor crecimiento respecto a los demás Berries se debe a que la base de comparación es muy alta, debido a que su volumen ya había experimentado un fuerte crecimiento en la década de los 90, alcanzando una fase de madurez. Su alto consumo se explica en parte por su facilidad para ser producido localmente durante todo el año.

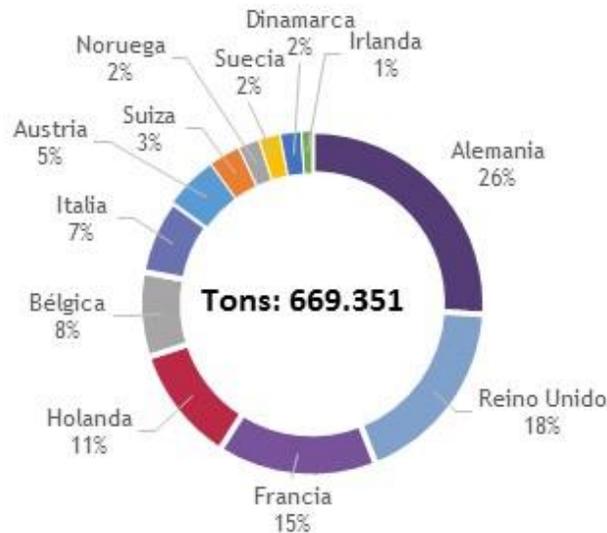
Evolución del consumo y precio de frutillas en Norteamérica



Fuente: U.S. Department of Agriculture

Europa

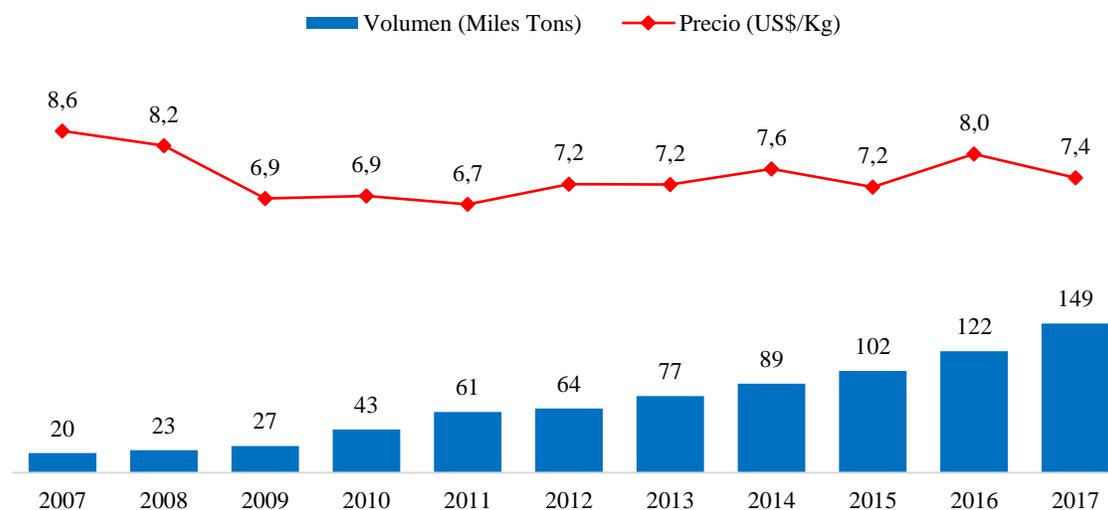
En Europa, el consumo de Berries está localizado principalmente en once países, los cuales concentran casi la totalidad de las importaciones: Alemania, Austria, Dinamarca, Francia, Holanda, Irlanda, Italia, Noruega, Suecia, Suiza y Reino Unido, quienes representan más del 95% del total.



Fuente: U.N. Comtrade, año 2017

Para el caso específico de los arándanos, las importaciones en Europa han aumentado a una tasa de 22,4% anual compuesta durante el período 2007-2017, llegando a casi 149.000 toneladas. Considerando la producción local, el consumo en Europa llega a 204.000 toneladas, lo que representa un 80% de lo que se consume en Norteamérica.

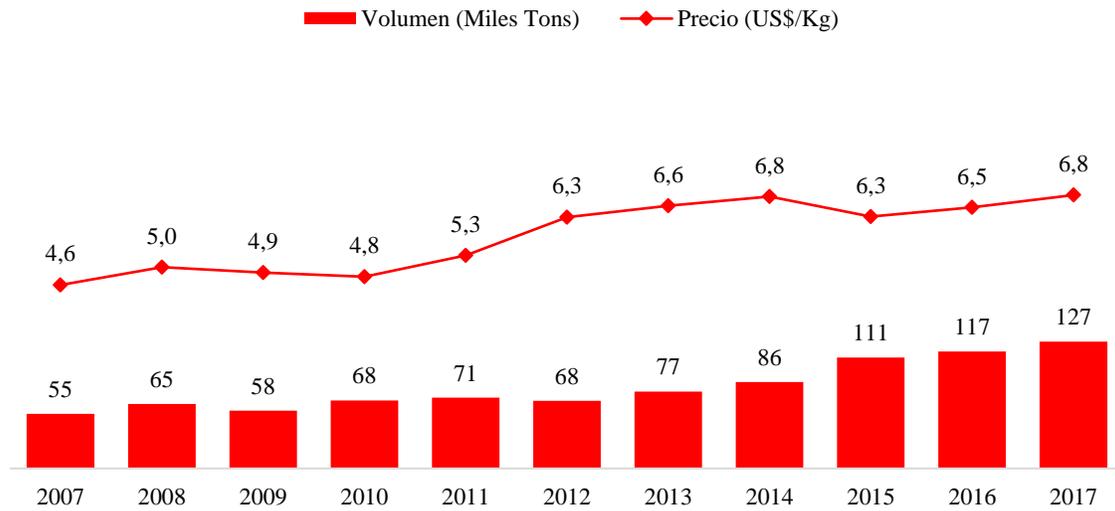
Evolución de las importaciones y precio de arándanos en Europa



Fuente: U.N. Comtrade

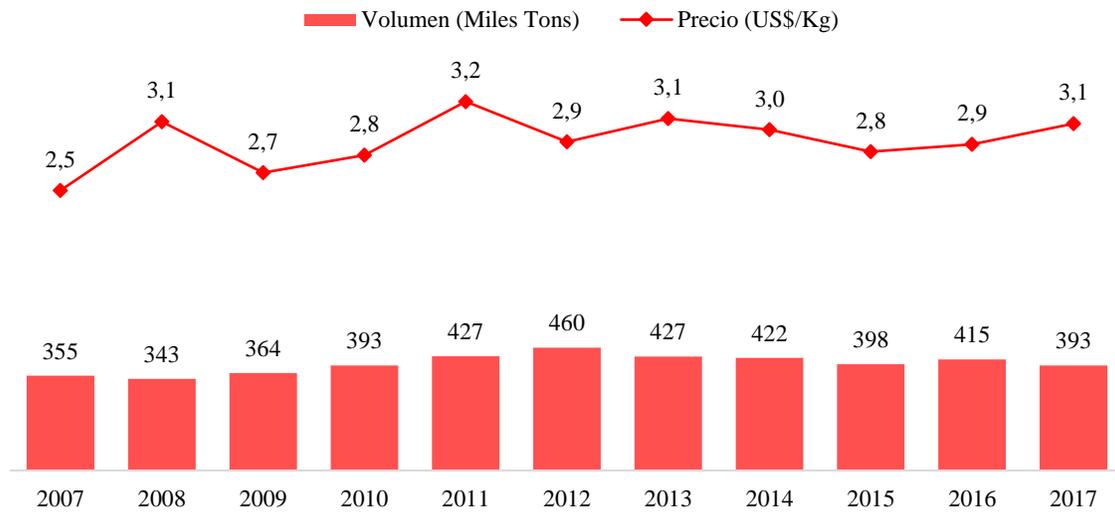
En los últimos 10 años de información, la tasa de crecimiento anual compuesta de las importaciones de frambuesa en Europa ha sido de 8,8%, mientras que la de la frutilla ha sido del 1,0%, con los precios creciendo a tasas anuales compuestas del 4,1% y 2,0%, respectivamente.

Evolución de las importaciones y precio de frambuesas en Europa



Fuente: U.N. Comtrade

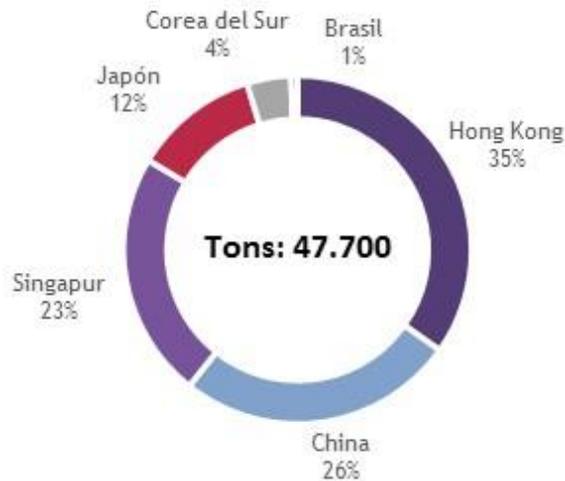
Evolución de las importaciones y precio de frutillas en Europa



Fuente: U.N. Comtrade

Mercados Emergentes

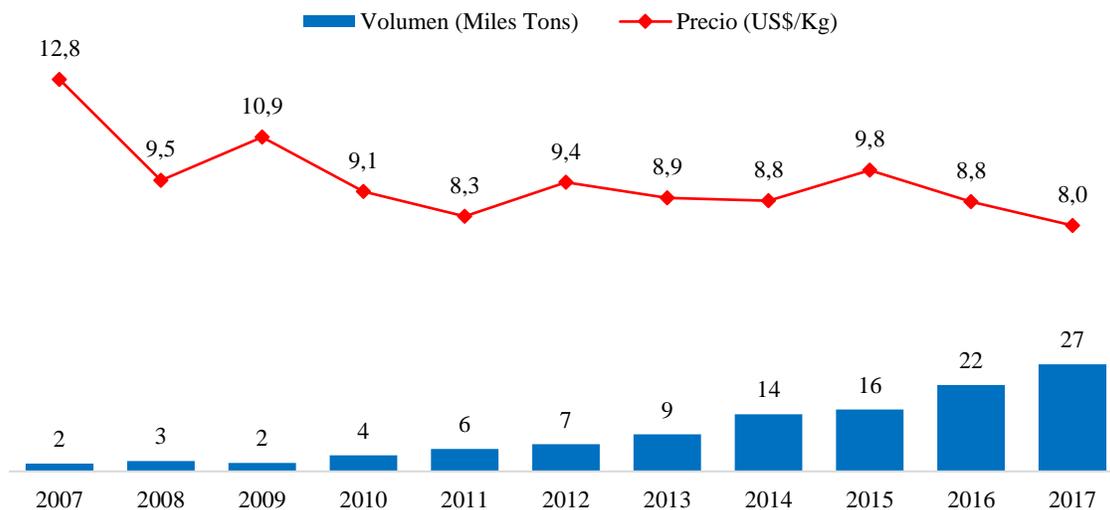
Dentro de los Mercados Emergentes, los países que concentran el mayor consumo de Berries son Hong Kong, Japón, Singapur, China, Corea del Sur y Brasil. Estos mercados, en términos relativos con Norteamérica y Europa, están en una etapa de desarrollo muy incipiente y juntos representan en torno al 3% del mercado norteamericano.



Fuente: U.N. Comtrade, año 2017

Para el caso específico de los arándanos, las importaciones en los Mercados Emergentes han aumentado a una tasa de 30,1% anual compuesta en el período comprendido entre 2007 y 2017, llegando a casi 26.800 toneladas.

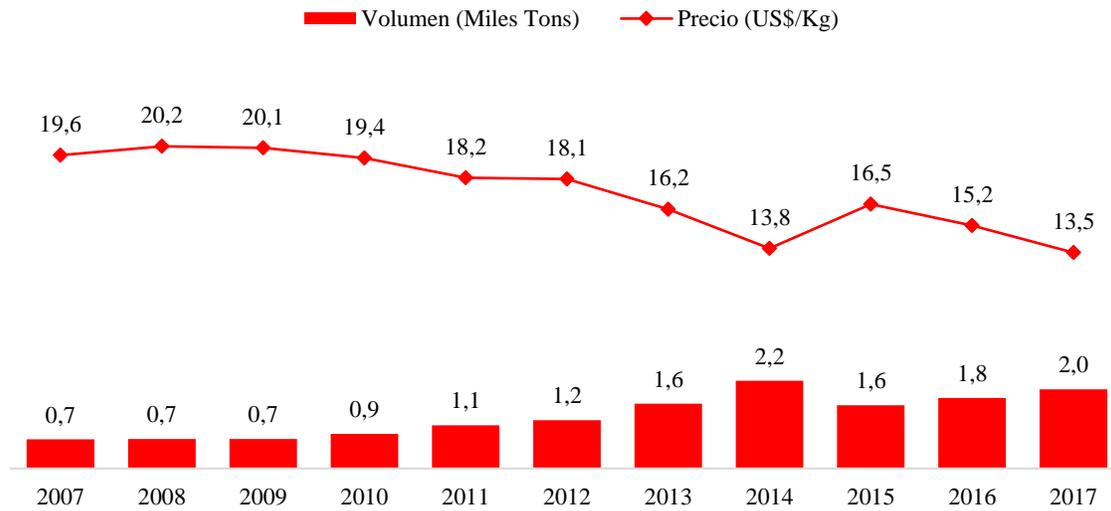
Evolución de las importaciones y precios de arándanos en los Mercados Emergentes



Fuente: U.N. Comtrade

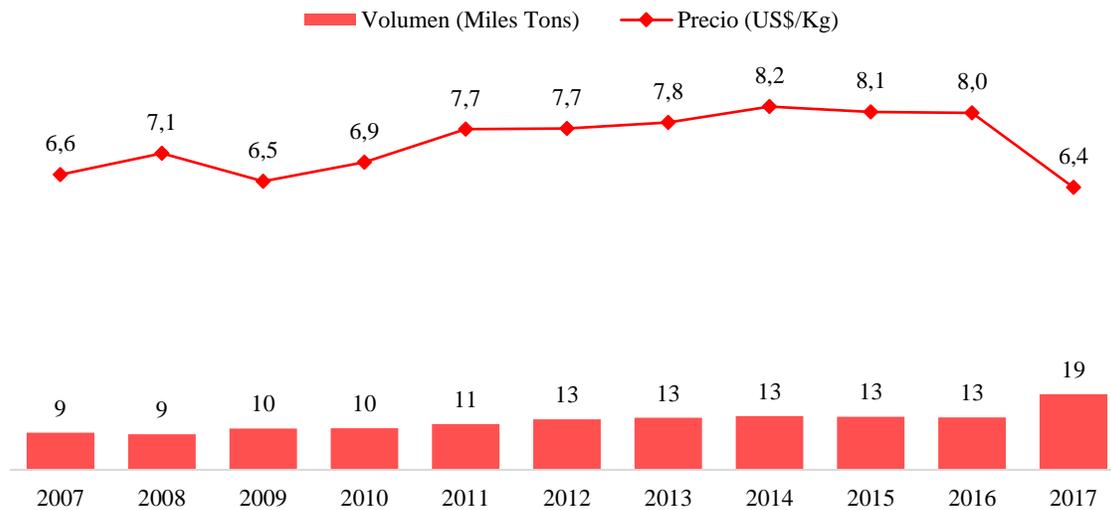
En los últimos 10 años, la tasa de crecimiento anual compuesta de las importaciones de frambuesa en los Mercados Emergentes ha sido de 10,6%, mientras que la de la frutilla ha sido del 7,4%.

Evolución de las importaciones y precios de frambuesas en los Mercados Emergentes



Fuente: U.N. Comtrade

Evolución de las importaciones y precios de frutillas en los Mercados Emergentes



Fuente: U.N. Comtrade

b) La competencia

Son varios los actores en el mercado de los Berries, los cuales están concentrados en el mercado de EE.UU. dado el desarrollo que ha alcanzado este mercado. Considerando que mercados como Europa

y los Mercados Emergentes no han alcanzado aún un nivel de desarrollo similar al de Norteamérica, las principales empresas de esta región en Berries son a su vez líderes en su categoría a nivel mundial.

En Norteamérica existen ocho competidores relevantes: Driscolls, Naturipe Farms, Wish Farms, Cal Giant, Sunbelle, Dole, Well Pict y A&W.

Driscolls es el productor más grande de frutillas, frambuesas y moras, mientras que Naturipe Farms (Hortifrut) es el mayor productor de arándanos a nivel mundial, seguido por Driscolls con una participación de la mitad.

Análisis competencia - Participación relativa (base 100)				
	Arándanos	Frambuesas	Moras	Frutillas
Naturipe Farms	100,0	4,1	20,6	31,5
Driscolls	48,0	100,0	100,0	100,0
Wish Farms	16,0	0,0	5,9	10,7
Cal Giant	12,0	0,0	2,9	32,1
Sun Belle	12,0	3,9	26,5	0,0
Dole	4,0	5,3	5,9	7,1
Well Pict	0,0	0,0	0,0	21,4
A&W	0,0	1,3	0,0	14,3

Fuente: Estimación Naturipe Farms (indica participación relativa en cada mercado, luego el líder por cada producto se muestra con un indicador relativo de 100 y la participación de mercado del resto de los competidores se calcula en base a dicho indicador 100). Información al 31 de diciembre de 2018.

c) Tendencias

Una de las principales tendencias del mercado de los Berries es su evolución en dirección hacia un mercado ampliamente desarrollado y masivo como es el norteamericano. Por ejemplo, el consumo per cápita de arándanos en Estados Unidos es aproximadamente de 1,2 kilos anuales, mientras que en Europa es de sólo 500 gramos y en Mercados Emergentes es significativamente menor, existiendo un enorme potencial de crecimiento desarrollando dichos mercados.

Otro factor que explica el importante crecimiento que ha tenido la industria de Berries en los últimos 20 años es que estos frutos ofrecen grandes beneficios para la salud y cualidades de “súper-alimentos” (antioxidantes), convirtiéndolos en productos con sólidas perspectivas de crecimiento y sustentabilidad.

Por otra parte, los Berries son altamente rentables para las cadenas de supermercados que los distribuyen, por lo cual son productos muy demandados por este segmento.

3.2.3 **Descripción de los negocios**

3.2.3.1 **Etapas del Negocio y Cadena de Valor**

Hortifrut es una Compañía que desarrolla genética, produce, exporta y comercializa Berries en Chile y el mundo, posicionándose como uno de los líderes mundiales en arándanos. Dada su diversidad global y geográfica, la Sociedad dispone de una oferta diversificada de Berries a todo el mundo garantizando abastecimiento tanto al hemisferio norte como al sur durante los doce meses del año. Dentro de la oferta de productos frescos, las principales especies de Berries comercializadas por Hortifrut incluyen arándanos, frambuesas, frutillas y moras, las cuales son comercializadas en Norte América, América del Sur, Europa y Asia. Los Berries comercializados por Hortifrut consideran producción propia y de terceros.

El modelo de negocios de Hortifrut, según lo visto en la figura (2.3.1) le ha permitido integrar sus operaciones a través de toda la cadena de valor, con especial énfasis en la genética y la comercialización con el cliente final. La ausencia de intermediarios en la comercialización permite a la Sociedad una ventaja de costos, obtener mejores márgenes en la cadena, ejercer control sobre los distintos procesos y lograr una adecuada trazabilidad de sus productos.

Desarrollo varietal y vivero

El desarrollo permanente de nuevos y mejores Berries es uno de los pilares estratégicos fundamentales de Hortifrut. Las importantes inversiones que ha realizado la Compañía en el desarrollo de nuevas variedades de arándanos, frambuesas y moras ha sido un elemento diferenciador y decisivo para el éxito sostenido en el negocio de comercialización de Berries en Chile y en el mundo. El gran empuje que la Compañía ha dado a su programa de obtención de nuevas variedades le ha permitido atender a los diversos mercados las 52 semanas del año y ampliarse a nuevas zonas geográficas de producción de Berries. Esto ha permitido mejorar la calidad de la fruta e incrementar la productividad de sus plantaciones propias y de las de sus productores.

El desafío que Hortifrut se ha planteado es el desarrollo permanente de nueva genética y variedades de Berries que se adapten a las necesidades de nuestros cada vez más exigentes consumidores. Cada año se identifican en Hortifrut nuevas variedades en nuestros distintos programas y sitios de evaluación, en los más diversos ambientes y donde sólo las mejores avanzan. Cada una de ellas es sometida a rigurosos testeos con investigadores, productores y consumidores para llegar a los nuevos y mejores Berries de última generación.

Comercialización

Hortifrut es capaz de distribuir Berries en todas partes del mundo gracias a plataformas comerciales y marcas propias en los principales mercados de consumo que le permiten desarrollar el negocio en conjunto con el cliente final, logrando mejores márgenes, eficiencia logística, control sobre procesos clave y una adecuada trazabilidad y seguridad alimenticia.

La matriz Hortifrut S.A. consolida distintos vehículos comerciales en varios países del mundo donde la Compañía está presente, de manera de operar de forma eficiente su negocio productivo, exportador y comercial. Estas empresas están conectadas a través de SAP, lo que permite lograr un estándar operacional de primer nivel a través de todas las operaciones de la Sociedad en todo el mundo.

Figura (2.3.1.)



Fuente: Hortifrut

Las diversas empresas que operan a través de toda la cadena de valor se pueden clasificar de la siguiente manera (entre paréntesis porcentaje de propiedad de Hortifrut):

- **Matriz: Hortifrut S.A.**
- **Desarrollo Genético:**
 - Hortifrut North América, Inc. (100%), dueña del 50% de Berry Blue, LLC. y del 100% de Pacific Berry Breeding, LLC.
- **Viveros:**
 - Viveros Hortifrut Chile S.A. (51%)

- **Producción**
 - Chile: 8 distintas sociedades agrícolas (entre el 20% y 100%)
 - México: Agrícola Los Reyes S. de R.L. de C.V., (100%), Hortifrut ABA S.A. de C.V. (100%) y HF Sarbanand S. de R.L. de C.V. (100%)
 - España: Hortifrut España Southern Sun, S.L. (50%)
 - Perú: Berries de Chao S.A.C. (100%)
 - Marruecos: Hortifrut Berries Maroc S.R.L. (25,5%)
 - China: Honge Jiayu Agriculture Ltd. (51%)
 - USA: Munger Hortifrut North America, LLC. (50%)
 - Argentina: Margesi S.A. (50%)
- **Producción / Exportación:**
 - Perú: HFE Berries Perú S.A.C. (50%), Hortifrut Tal S.A.C. (100%) y Hortifrut Perú S.A.C. (100%)
- **Exportación:**
 - Chile: Hortifrut Chile S.A. (100%)
 - México: Hortifrut S.A. de C.V. (100%)
 - Argentina: Hortifrut Argentina S.A. (100%) y Hortifrut Exporfresh S.A. (50%)
- **Importación / Distribución:**
 - Chile: Hortifrut Comercial S.A. (100%)
 - EE.UU.: Naturipe Farms, LLC. (30%), Hortifrut Imports, Inc. (100%), Naturipe Farms Imports, Inc. (100%)
 - Europa: Euroberry Marketing S.A. (50%), Euroberry GmbH (50%), y Euroberry UK Ltd. (50%)
 - Brasil: Berrygood Comercial Importadora Distribuidora Ltda. (100%)
 - Asia: SVA Fruit Ltd (50%)

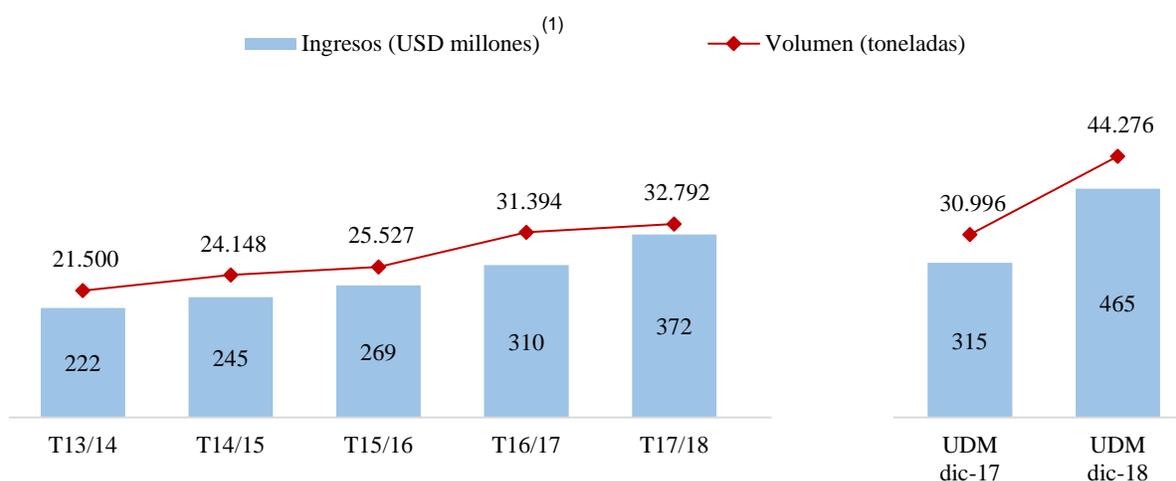
3.2.3.2 Segmentos de negocios

Los segmentos de negocio que Hortifrut atiende al día de hoy son 2: fruta fresca y productos de valor agregado. El primer segmento considera arándanos, frambuesas, moras, frutillas y cerezas, mientras que el segundo considera productos congelados, deshidratados, retail y cualquier otro producto frutícola que no sea fresco.

a) Arándanos

Los arándanos corresponden al principal producto ofrecido por Hortifrut, representando en promedio un 76,0% de los ingresos y un 61,9% del volumen de toneladas vendidas de la Compañía entre la T13/14 y la T17/18. Durante este mismo período el crecimiento anual compuesto de las ventas de arándanos ha sido de un 13,7%.

Por su parte, gracias a la compra y fusión del negocio de arándanos del Grupo Rocío en Perú, la cual fue materializada en julio de 2018, es posible ver un fuerte incremento en los ingresos y volumen de venta de arándanos al comparar los últimos doce meses a diciembre de 2017 con el mismo período de 2018.

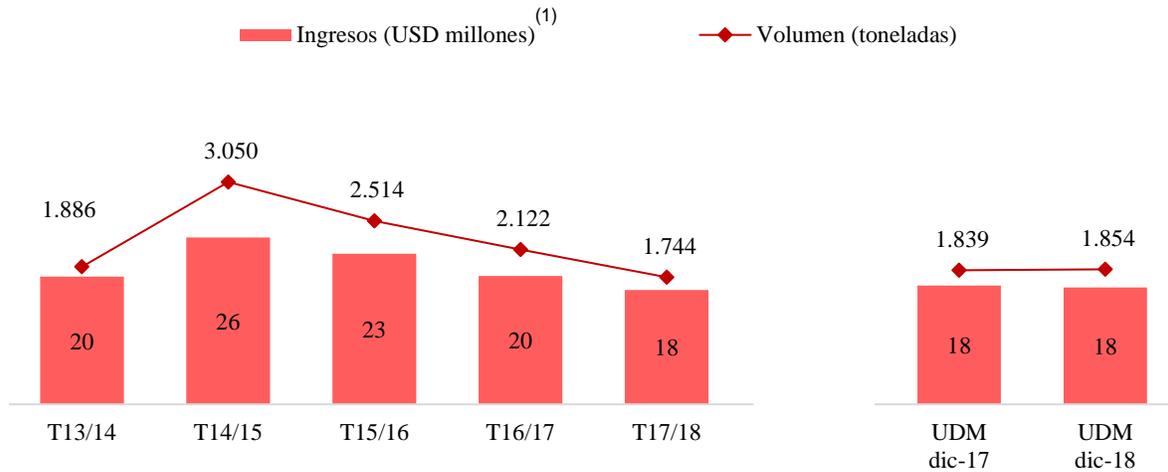


Fuente: Hortifrut

(1) Incluye ingresos ordinarios y otros ingresos, por función.

b) Frambuesas

Las frambuesas corresponden al tercer producto más importante en ventas para Hortifrut al día de hoy, después de los Productos de Valor Agregado descrito en la letra f) siguiente, representando en promedio un 5,7% de los ingresos y un 5,2% del volumen de toneladas vendidas de Hortifrut entre la T13/14 y la T17/18. Durante este mismo período las ventas de frambuesas han decrecido a una tasa anual compuesta de un 2,7%.

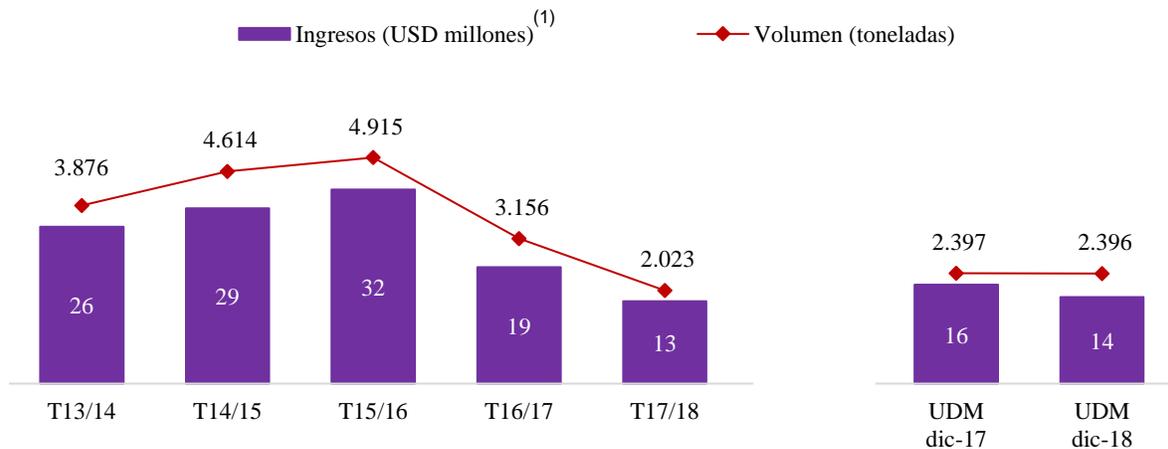


Fuente: Hortifrut

(1) Incluye ingresos ordinarios y otros ingresos, por función.

c) Moras

Las moras han reducido su importancia dentro del mix de venta de Hortifrut en los últimos años, representando hoy en día el 2,6% de las ventas de la Compañía. Durante el período entre la T13/14 y la T17/18 las ventas de moras han decrecido a una tasa anual compuesta de un 14,9%.

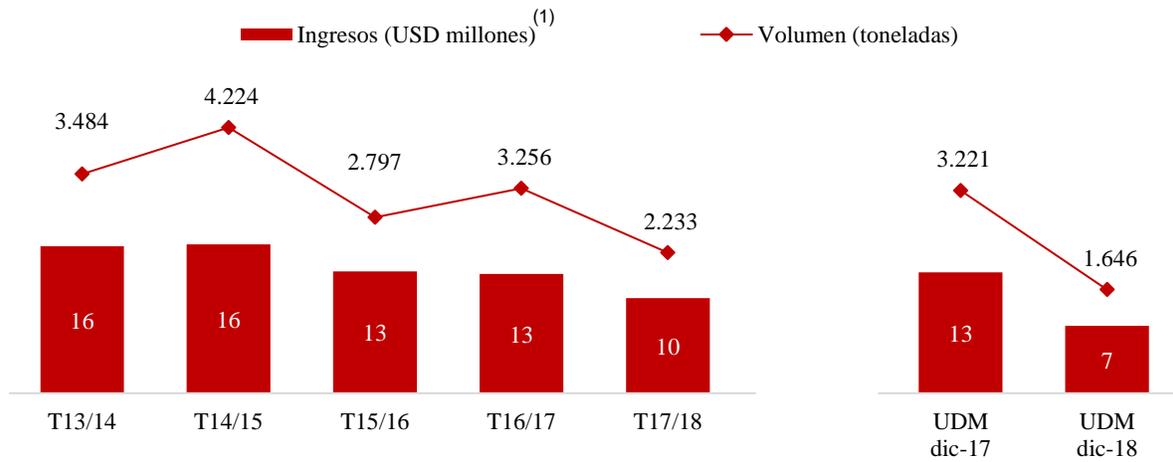


Fuente: Hortifrut

(1) Incluye ingresos ordinarios y otros ingresos, por función.

d) Frutillas

Las frutillas representan al día de hoy el 1,3% de las ventas de Hortifrut. En promedio, para el período entre la T13/14 y la T17/18, las ventas de frutillas de Hortifrut representan un 3,6% de las ventas totales de la Compañía, lo cual refleja el protagonismo perdido por el segmento frutillas durante los últimos años, teniendo un decrecimiento de un 10,4% en el período antes mencionado. Debido al reducido margen de utilidad de esta especie por pertenecer a una industria madura, Hortifrut la considera dentro de su oferta para entregar al cliente el mix completo de Berries.

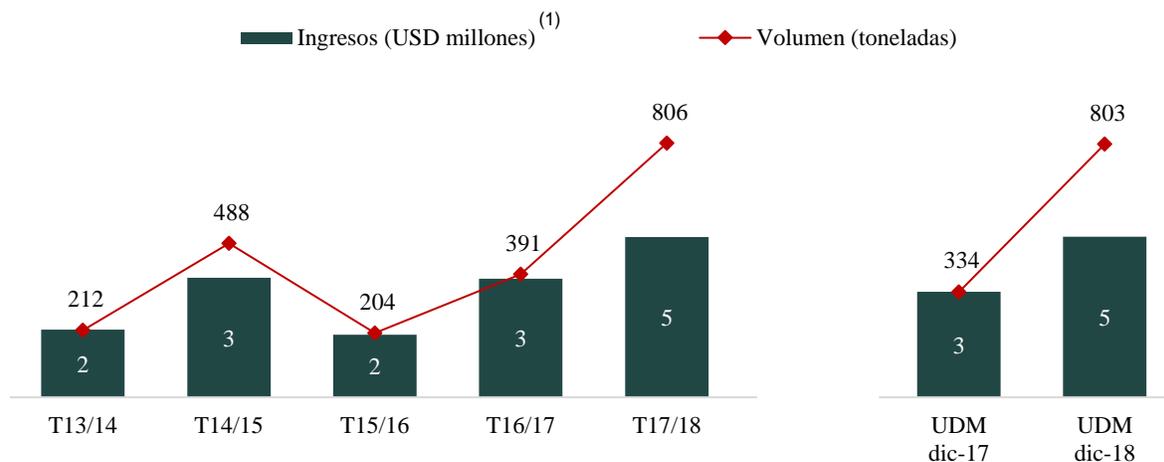


Fuente: Hortifrut

(1) Incluye ingresos ordinarios y otros ingresos, por función.

e) Cerezas

Las cerezas corresponden al segmento de negocio que más ha crecido durante los últimos años. Para el período entre la T13/14 y la T17/18 las ventas de cerezas han crecido a una tasa anual compuesta de un 24,0% aunque hoy en día aún representan solo el 1,0% de las ventas totales de Hortifrut. Se espera un crecimiento en esta especie debido a la alta demanda en el mercado chino, siendo un complemento ideal para la comercialización de arándanos.

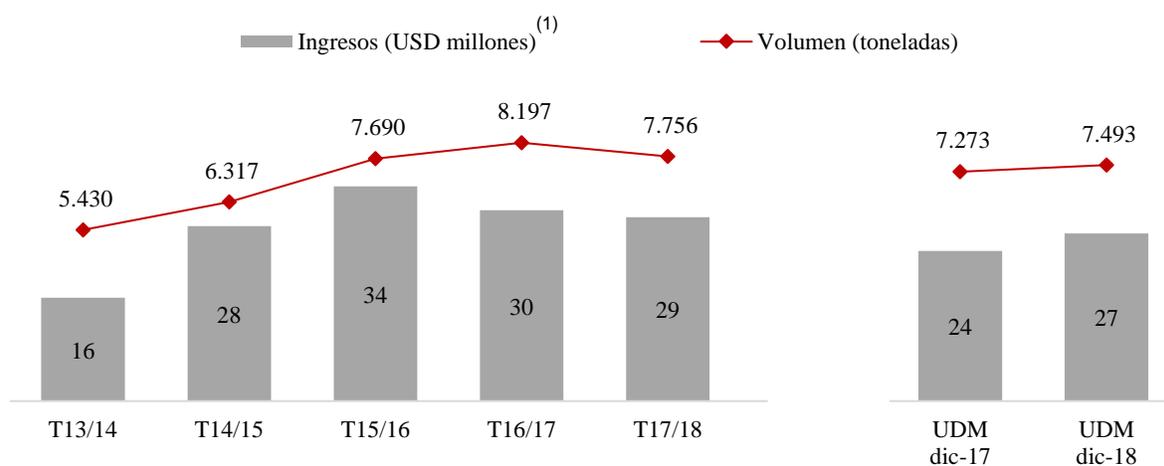


Fuente: Hortifrut

(1) Incluye ingresos ordinarios y otros ingresos, por función.

f) Productos de valor agregado

Los productos de valor agregado corresponden a todos aquellos productos frutícolas no frescos ofrecidos por Hortifrut, como servicio complementario a los productores para el aprovechamiento de fruta no apta para la exportación. Este segmento, que analizado como producto es el segundo en orden de ventas después de los arándanos, ha crecido a una tasa anual compuesta de un 15,5% durante la T13/14 y la T17/18, representando al día de hoy un 4,9% de las ventas de la Compañía.



Fuente: Hortifrut

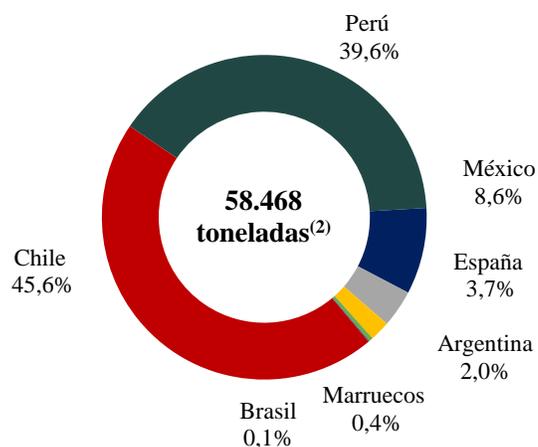
(1) Incluye ingresos ordinarios y otros ingresos, por función.

3.2.3.3 Tamaño, crecimiento y diversificación

1) **Tamaño de las ventas de Hortifrut**

A diciembre de 2018, el total de Berries vendidos por Hortifrut ascendía a 58.468 toneladas, las cuales se distribuyen de la siguiente forma:

Origen del volumen vendido de Hortifrut

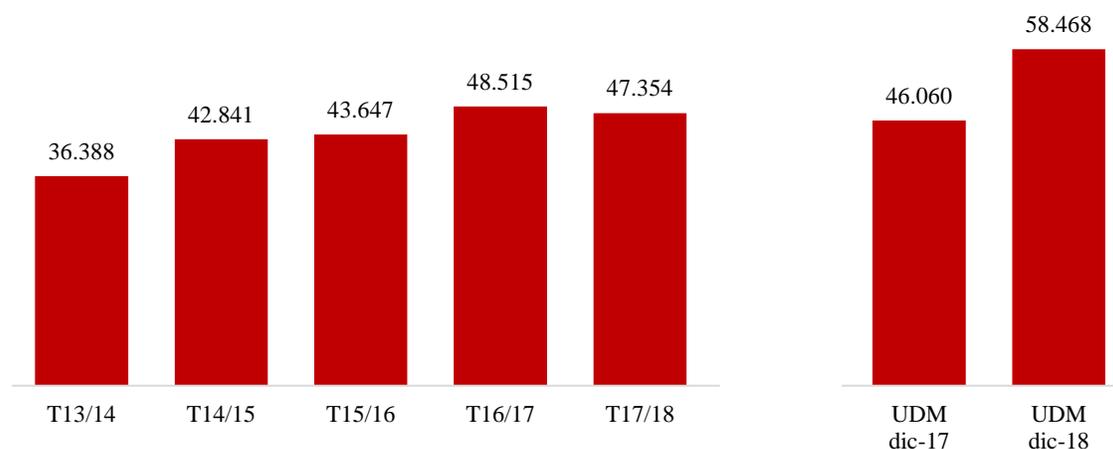


Fuente: Hortifrut

(2) Incluye volumen correspondiente a ingresos ordinarios y otros ingresos, por función.

El gráfico anterior sólo considera los volúmenes vendidos por aquellas sociedades que Hortifrut consolida, por lo tanto excluye la operación de la asociada Munger Hortifrut North America LLC., en la cual la Compañía tiene un 50% de participación.

Crecimiento del volumen de berries vendido por Hortifrut (toneladas)



Fuente: Hortifrut

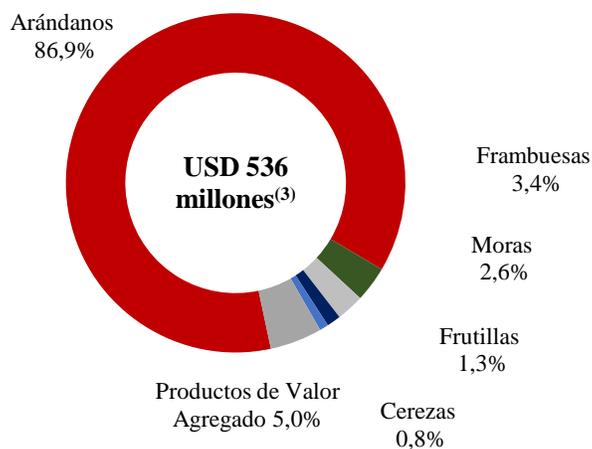
(2) Incluye volumen correspondiente a ingresos ordinarios y otros ingresos, por función.

Este volumen de toneladas corresponde al máximo histórico comercializado por la Compañía, y ha crecido a una tasa anual compuesta de 6,8% durante el período comprendido entre la T13/14 y la T17/18.

2) Diversificación de ingresos por producto

Los ingresos de Hortifrut en los últimos doce meses a diciembre de 2018 alcanzaron su valor máximo histórico al llegar a USD 536 millones⁽³⁾. De estos, el 86,9% corresponde a la venta de arándanos, las cuales han crecido a una tasa anual compuesta de un 13,7% durante el período de la T13/14 a la T17/18, principalmente gracias a sus alianzas estratégicas y al desarrollo varietal, que le han permitido aumentar la oferta en ventanas de alto precio y rentabilidad, consolidándose año a año como el líder mundial de arándanos, junto a sus asociados.

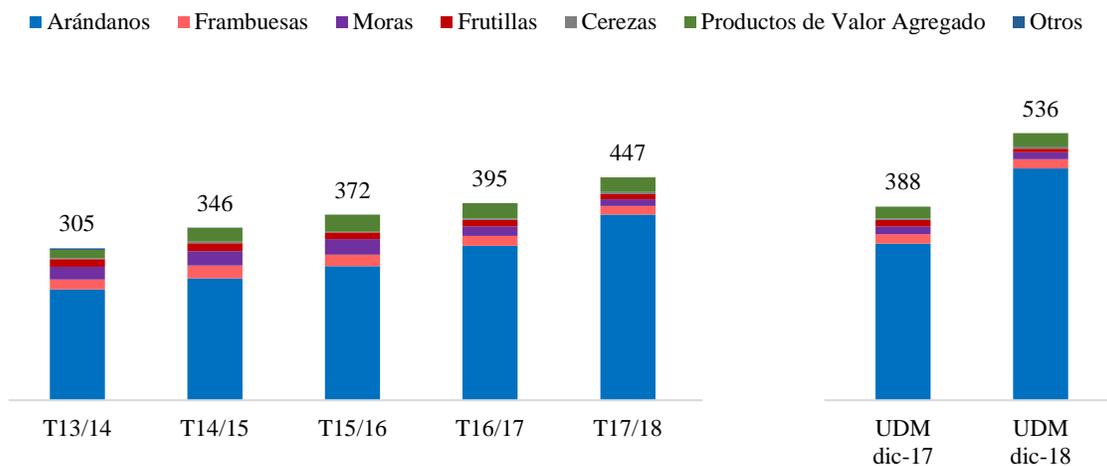
Diversificación de ingresos por producto durante los últimos doce meses a diciembre de 2018



Fuente: Hortifrut

(3) Incluye ingresos ordinarios y otros ingresos, por función.

Ingresos por producto (USD millones)⁽³⁾



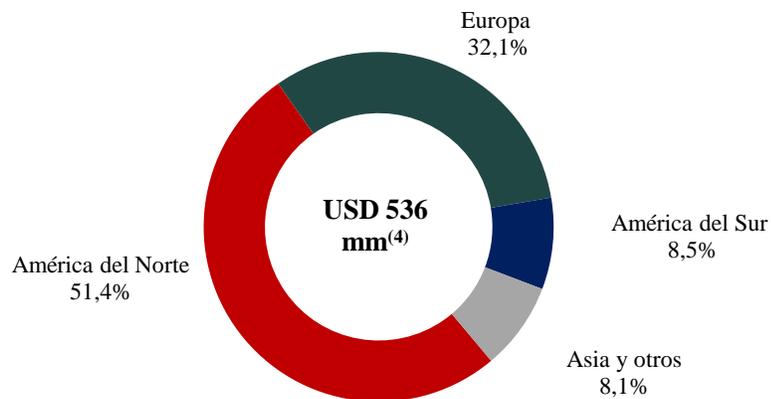
Fuente: Hortifrut

(3) Incluye ingresos ordinarios y otros ingresos, por función.

3) Diversificación de ingresos por destino

Por su parte, si bien las ventas en Norteamérica han aumentado a una tasa de crecimiento anual compuesto de un 10,8% durante el período transcurrido entre la T13/14 y la T17/18, la diversificación de las ventas ha aumentado durante el tiempo gracias al crecimiento de las ventas en Europa, Asia y otros Mercados Emergentes, las cuales han crecido a una tasa de un 25,3% durante este período.

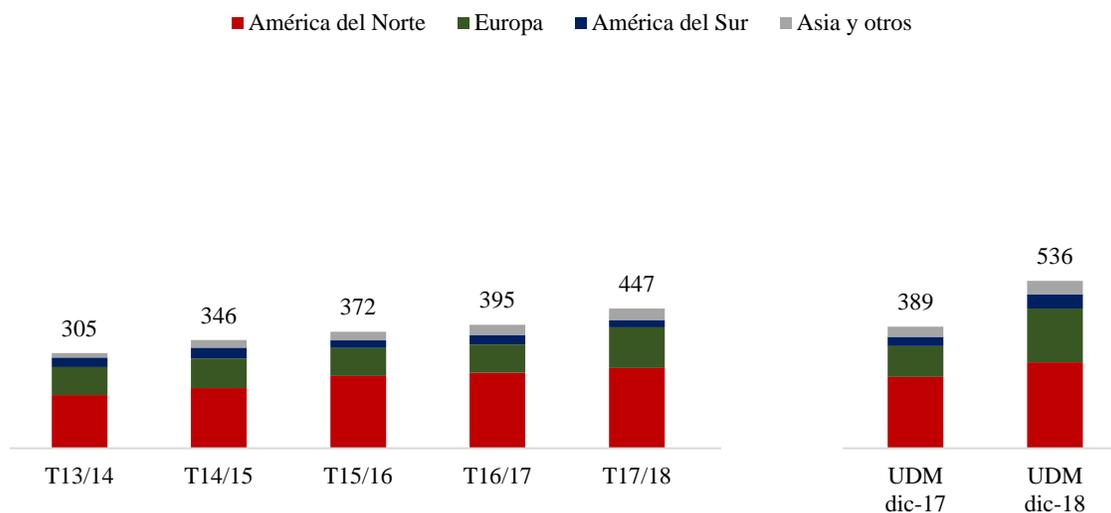
Destino de ventas acumuladas de los últimos doce meses a diciembre de 2018



Fuente: Hortifrut

(4) Incluye ingresos ordinarios y otros ingresos, por función.

Crecimiento de ventas por destino (USD millones) ⁽⁴⁾

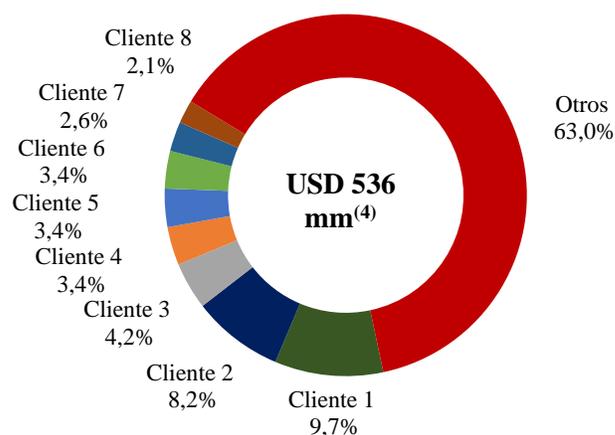


Fuente: Hortifrut

(4) Incluye ingresos ordinarios y otros ingresos, por función.

4) Diversificación de clientes

A diciembre de 2018, Hortifrut no posee ningún cliente que represente más de un 10% de sus ventas, lo cual le permite mitigar el riesgo de dependencia frente a estos. Por otro lado, el 63% de las ventas de la Compañía se dividen en más de 500 clientes a nivel mundial.



Fuente: Hortifrut

(4) Incluye ingresos ordinarios y otros ingresos, por función.

Los principales clientes por mercado son los siguientes:

- Norteamérica:
 - Costco
 - Walmart
 - Whole Foods
 - Safeway
 - Ahold
 - Trader JOE'S
 - Kroger
- Europa:
 - Tesco
 - Carrefour
 - Lidl
 - Waitrose
 - Aldi
 - Rewe
 - Edeka
- Mercados Emergentes:
 - Jumbo
 - Lider
 - Wellcome
 - Giant
 - Pão de Açúcar
 - Cold Storage
 - Wumart
 - Park'n Shop

3.2.3.4 Innovación como principal foco de inversión

La historia de Hortifrut ha sido una consecuencia de innovación constante, donde por 35 años en la industria, su objetivo ha sido mejorar sus procesos productivos, desarrollar nuevas variedades, mejorar su modelo de negocio, entre otros aspectos, siempre acompañado de un crecimiento sostenible, preocupado del entorno socioeconómico y ambiental, que se ha reflejado en la alta superficie con producción orgánica distribuida a lo largo de todo Chile y ahora también en Perú y Argentina.

A partir del año 2017, Hortifrut mide su **Intensidad de Innovación (i3)**, que es un moderno índice desarrollado por la aceleradora de innovación INN SPIRAL, el cual cuantifica el porcentaje de los resultados de la Compañía (EBITDA) que provienen de innovación, es decir, de soluciones tecnológicas, nuevas variedades, nuevos productos, servicios y nuevos métodos de producción. Este año la medición arrojó que para la temporada 2017/18 un 14% del EBITDA de la Compañía corresponde a proyectos de innovación.

Para mejorar este índice en los años venideros, se inició un proceso de sistematización de la innovación a nivel corporativo. Esto pretende ir generando capacidades de innovación mediante la incorporación de metodología y cultura al interior de Hortifrut. En esta línea, Hortifrut está en constante aprendizaje de nuevas y mejores soluciones para la industria, y esta constancia es gracias a financiamiento gubernamental y el fortalecimiento de proyectos basados en la co-creación. Algunos de los proyectos desarrollados en este ámbito son:

- **Blueyes:** esta máquina permite la automatización del control de calidad, utilizando tecnología de punta en Inspección Óptima Automatizada, integrada con un software de gestión de datos, para un análisis que permite tomar decisiones sólidas y fundadas a partir de su diagnóstico, reemplazando el ojo humano por una cámara multiespectral.
- **AgroID:** solución tecnológica que permite controlar la cosecha de la fruta en tiempo real. Su funcionamiento se basa en que a cada cosechero se le entrega una pulsera con chip y en el momento que éste entrega el producto cosechado en la báscula AgroID, se registra el peso exacto del producto cosechado. Esa información permite gestionar y verificar la producción total, mientras que el cosechero recibe en el celular la información de su producción diaria, la cual se encuentra directamente vinculada al pago que recibe posteriormente por su labor.

3.2.3.5 Plataformas comerciales y alianzas estratégicas

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

- **Norteamérica:** En Estados Unidos, la Compañía se asoció con tres de los mayores productores de Berries: Michigan Blueberry Growers Association, Naturipe Berry Growers y Munger Brothers para formar Naturipe Farms. A través de esta sociedad se abastece de un amplio mix de Berries convencionales y orgánicos a Estados Unidos y Canadá durante todos los días del año, con una cadena logística y comercial de excelencia. La comercialización es realizada en conjunto bajo la marca Naturipe® principalmente a los canales retail y foodservice, llegando a los mayores supermercados del país.

- **Europa:** En Europa, Hortifrut participa directamente en la comercialización, producción, captación de fruta de terceros y distribución. Junto con Atlantic Blue, el mayor productor de arándanos de España, dan origen a Euroberry Marketing (EBM), encargada de la comercialización hacia el continente europeo. EBM cuenta con una oferta de todos los Berries durante todo el año, bajo sus marcas “Southern Sun” y “Berry Collection”.
- **Asia:** Hortifrut alcanza una relevante participación en el mercado asiático debido, entre otras cosas, a que lo abastece desde diversos orígenes: Chile, Perú, Argentina, México, Estados Unidos, Canadá y España. El principal destino y el de mayor crecimiento en los últimos años ha sido China, seguido de Corea del Sur, Taiwán, Japón, Hong Kong y otros países del Sudeste Asiático, donde los clientes son atendidos bajo las marcas Naturipe® y Southern Sun, con exportaciones y programas que cubren las 52 semanas del año en arándanos y gran parte del año en los otros Berries como moras y frambuesas mexicanas. Además de esto, desde 2014 Hortifrut posee un Joint-Venture con Joy Wing Mau (JWM), el cual es el mayor productor industrial frutícola de China y posee más de 20 filiales, abarcando producción, almacenamiento, logística, importación, exportación y distribución. Junto con ello, tiene oficinas en 80 ciudades incluyendo Beijing, Shanghai y Qingdao, 40 centros de distribución a lo largo de China, atendiendo sobre 2.000 puntos de venta, alcanzando a más de un billón de consumidores. Para potenciar este mercado, este Joint-Venture se encuentra desarrollando un proyecto productivo que contempla plantar 230 hectáreas, de las cuales hay 91 hectáreas que ya se encuentran plantadas al 31 de diciembre de 2018.
- **Latinoamérica:** En el mercado latinoamericano Hortifrut está presente desde 2008 en Brasil, donde comercializa sus productos a través de su filial BerryGood, con oficinas comerciales en Sao Paulo y operaciones comerciales en estados del centro oeste, sur y sudeste del país, concentrándose en las ciudades de São Paulo, Rio de Janeiro, Brasilia, Campinas, Curitiba, Florianópolis y Porto Alegre. Desde sus inicios, esta filial se ha centrado en el desarrollo y crecimiento de la industria de Berries en Brasil, fortaleciendo las áreas de logística, sourcing y apertura de mercado. Para la comercialización en Chile, Hortifrut cuenta con la filial Hortifrut Comercial S.A., la que ha mantenido el liderazgo en la categoría de Berries en los segmentos retail y foodservice hace ya varias temporadas.

3.2.3.6 Marcas

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

- **Naturipe Farms:** segundo mayor distribuidor de Berries a nivel mundial con su marca Naturipe®, la cual posee más de 100 años de historia, y el primero en el mundo de arándanos, con ventas por USD 759 millones durante 2018, que representan más de 158 millones de kilos comercializados.
- **Euroberry:** vende y distribuye Berries a través de su marca Southern Sun y Berry Collection en todos los países de Europa Continental, además de Inglaterra e Irlanda.

- **BerryGood:** produce, importa, vende y distribuye en Brasil, a las principales cadenas de supermercados y clientes Food Service. Con 7 años en el mercado, abastece con mix de Berries las 52 semanas del año, atendiendo a más de 670 puntos de venta.
- **Berry Quick:** a través de esta marca Hortifrut comercializa su producto Ready to Eat.

3.2.3.7 Desarrollo Varietal y Genético

El desarrollo permanente de nuevos y mejores Berries es uno de los pilares estratégicos fundamentales de Hortifrut. Las importantes inversiones que ha realizado la Compañía en el desarrollo de nuevas variedades de arándanos, frambuesas y moras ha sido un elemento diferenciador y decisivo para el éxito sostenido en el negocio de comercialización de Berries en Chile y en el mundo. El gran empuje que la Compañía ha dado a su programa de obtención de nuevas variedades le ha permitido atender a los diversos mercados las 52 semanas del año y ampliarse a nuevas zonas geográficas de producción de Berries. Esto ha permitido mejorar la calidad de la fruta e incrementar la productividad de sus plantaciones propias y de las de sus productores. Las principales patentes y licencias varietales de Hortifrut son las siguientes:

Referencia Contrato	Especie	Licenciante	Licenciatario
Blue Berry	Arándano	Michigan BlueBerry Growers	Hortifrut North America, Inc.
Programa Atlantic Blue	Arándano	Royal Berries	Hortifrut S.A.
Aurora, Draper, Liberty, Calypso y Osorno	Arándano	Michigan State University	Hortifrut S.A.
Chickadee, Bobalink, Raven, and Meadowlak	Arándano	Florida Foundation Seed Producers, Inc. (University of Florida)	Hortifrut S.A.
Licencia Comercializacion Kestrel	Arándano	Florida Foundation Seed Producers, Inc. (University of Florida)	Hortifrut S.A.
Meadowlak and Kestrel	Arándano	Florida Foundation Seed Producers, Inc. (University of Florida)	Hortifrut S.A.

Meadowlark	Arándano	Florida Foundation Seed Producers, Inc. (University of Florida)	Hortifrut S.A.
Farthing, Flicker, Scintilla, FLX-1 y Kestel	Arándano	Florida Foundation Seed Producers, Inc. (University of Florida)	Hortifrut S.A.
Nuevas Selecciones	Arándano	Florida Foundation Seed Producers, Inc. (University of Florida)	Hortifrut Peru & Hortifrut HF NA.
UGA Advanced Selections	Arándano	University of Georgia	Hortifrut S.A.
North Carolina State University Trialing Agreement for BlueBerry	Arándano	North Carolina State University	Hortifrut S.A.
North Carolina State University Hybrid Parental Use Agreement	Arándano	North Carolina State University	Hortifrut S.A.
OZ Varieties Pty	Arándano	United Export	Hortifrut S.A.
Pacific Berry Breeding	Frambuesa	Naturipe Berry Growers	Hortifrut North America, Inc.
Plant Sciences	Frambuesa	PSI	Hortifrut Chile y HF TAL SAC
Advance Berry Breeding	Frambuesa	ABB	Hortifrut Tal SAC
Kiwigold Rasperry	Frambuesa	C. Thomas	Hortifrut S.A.
Consorcio de la Fruta	Frambuesa		Hortifrut Chile S.A.
Sugana RaspBerry	Frambuesa	Lubera	Hortifrut S.A.
Himbo-Top	Frambuesa	Promo-Fruit	Hortifrut S.A.

Breeding Agreement, Chile, México, Argentina, Brasil y Perú	Mora	University of Arkansas	Hortifrut S.A.
Prime Jim and Prime Jan	Mora	University of Arkansas	Hortifrut S.A.
ENCOCAL	Mora	ENCOCAL	Hortifrut S.A.
INIA / Hortifrut	Murtilla	INIA	Hortifrut S.A.

Información al 31 de diciembre de 2018

Por otro lado, las variedades que Hortifrut tiene plantadas en sus campos son las siguientes:

País	Especie	Variedad	Hectáreas
Chile	Arándano	Legacy	147,15
Chile	Arándano	Brigitta	127,26
Chile	Arándano	Liberty	78,76
Chile	Arándano	Elliot	62,52
Chile	Arándano	Aurora	57,05
Chile	Arándano	Ozarblue	35,78
Chile	Arándano	Corona	35,07
Chile	Arándano	Duke Roja	25,5
Chile	Arándano	Rocío	38,05
Chile	Arándano	Draper	17,80
Chile	Arándano	Bluecrop	9,96
Chile	Arándano	Jewel	8,98
Chile	Arándano	Star	8,62
Chile	Arándano	Bluehaven	6,83
Chile	Arándano	Oneil	6,08
Chile	Arándano	Misty	5,56
Chile	Arándano	Centurion	5,08
Chile	Arándano	Lateblue	4,37
Chile	Arándano	Brightwell	3,56
Chile	Arándano	Osorno	3,49

Chile	Arándano	Last Call	2,45
Chile	Arándano	Ochlockonee	2,40
Chile	Arándano	New Hannover	1,96
Chile	Arándano	Top Shelf	1,57
Chile	Arándano	Cargo	1,51
Chile	Arándano	Blue Ribbon	1,40
Chile	Arándano	Biloxi	1,04
Chile	Arándano	Toro	1,04
México	Arándano	Rocio	74,42
México	Arándano	Biloxi	16,02
México	Arándano	Kestrel	30,86
España	Arándano	Rocío	56,64
España	Arándano	Romero	9,33
España	Arándano	Corona	18,00
España	Arándano	Magna	4,90
España	Arándano	Celeste	7,25
España	Arándano	Otras	11,00
China	Arándano	Stellar	36,50
China	Arándano	Prelude	12,10
China	Arándano	Daybreak	13,80
China	Arándano	Presto	1,50
Perú Olmos	Arándano	Rocío	327,61

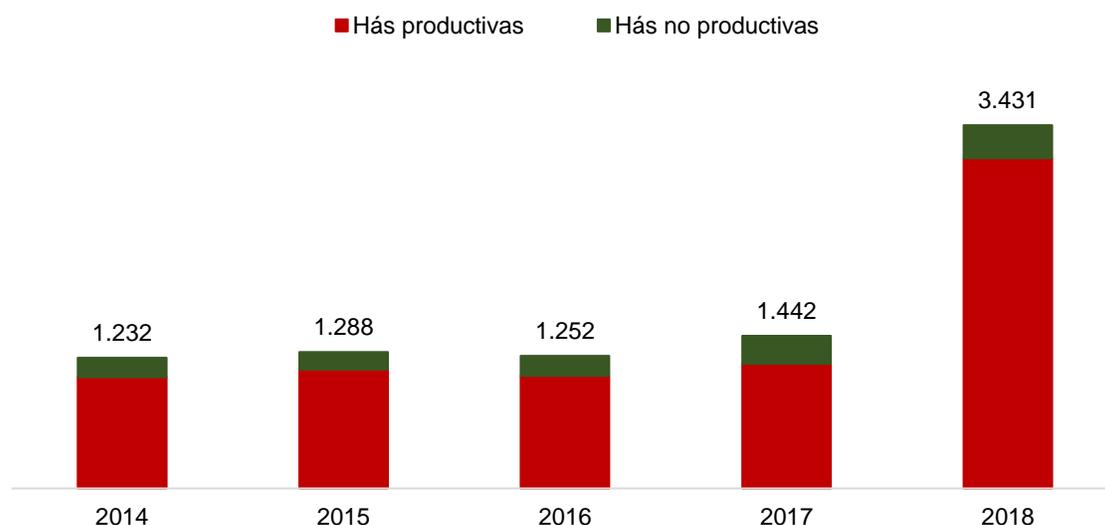
Perú Trujillo	Arándano	Ventura	623,40
Perú Trujillo	Arándano	Rocio	368,38
Perú Trujillo	Arándano	Biloxi	365,34
Perú Trujillo	Arándano	Scintilla	187,35
Perú Trujillo	Arándano	Magnífica	107,93
Perú Trujillo	Arándano	Emerald	48,77
Perú Trujillo	Arándano	Jewel	15,99
Perú Trujillo	Arándano	Magica	14,61
Perú Trujillo	Arándano	Bella	5,25
Perú Trujillo	Arándano	Kestrel	5,19
Perú Trujillo	Arándano	San Joaquin	4,83
Perú Trujillo	Arándano	Springhigh	4,69
Perú Trujillo	Arándano	Julieta	2,95
México	Frambuesa	Pacific Deluxe	33,10
México	Frambuesa	Starlet	9,95
México	Frambuesa	Centennial	23,12
México	Frambuesa	Gema	19,73
México	Frambuesa	Otras	9,02
México	Mora	Madeleine	3,00
		Total	3.173,36

Información al 30 de septiembre de 2018.

3.2.3.8 Plantaciones propias

En línea con el crecimiento de Hortifrut, la Compañía ha ido aumentando el número de hectáreas plantadas y productivas a través del tiempo en orden de aumentar la oferta de fruta ofrecida para el mercado. Desde 2013 al día de hoy, el total de hectáreas plantadas ha crecido a una tasa anual compuesta de un 27,7%, expandiendo las plantaciones de Hortifrut a nuevos lugares como Perú y China.

Evolución de hectáreas plantadas



Fuente: Hortifrut. Sólo considera superficie plantada por subsidiarias de Hortifrut S.A. No considera asociadas.

Al 31 de diciembre de 2018, Hortifrut cuenta con 3.431 hectáreas plantadas con Berries, esto tanto sobre terrenos propios como sobre terrenos arrendados a terceros. Del total de hectáreas plantadas, el cultivo de arándanos, tanto convencional como orgánico, ocupa un 93,1% de la superficie. Las restantes hectáreas se distribuyen entre frambuesas (3,1%), frutillas (1,9%), cerezas (1,5%) y moras (0,4%).

Superficie plantada a diciembre de 2018							
	Chile	México	España	Brasil	Perú	China	Total
Arándanos Convencionales	99	133	107	-	2.052	91	2.482
Arándanos Orgánicos	598	3	-	-	111	-	712
Frambuesas	7	95	-	4	-	-	106

Moras	1	3	-	10	-	-	14
Frutillas	62	-	-	3	-	-	65
Cerezas	52	-	-	-	-	-	52
Total	819	234	107	17	2.163	91	3.431

Fuente: Hortifrut

De este total, un 91% de las hectáreas se encuentran en etapa productiva, mientras que el resto está plantado, pero no todavía en producción, asegurando de esta forma la holgura productiva necesaria para crecer en forma sostenida durante las próximas temporadas.

	Chile	México	España	Brasil	Perú	China	Total
Productivas	726	184	107	13	2.056	31	3.117
No Productivas	93	50	0	4	107	60	314
Total	819	234	107	17	2.163	91	3.431

Fuente: Hortifrut

De las 3.431 hectáreas plantas de Hortifrut, un 74,9% es sobre terrenos propios y el porcentaje restante es sobre terrenos arrendados a terceros.

	Chile	México	España	Brasil	Perú	China	Total
Sobre terreno propios	448	61	-	-	2.061	-	2.570
Sobre terreno arrendado	371	173	107	16	103	91	861
Total	819	234	107	16	2.163	91	3.431

Fuente: Hortifrut

Las plantaciones de Hortifrut están localizadas en Chile desde la IV a la X región; en México en los estados de Jalisco, Michoacán y Sinaloa; en España en las localidades de Huelva y Asturias; en Brasil en el municipio de Senador Amaral; en Perú en los departamentos de Lambayeque y de La Libertad y en China en la provincia de Yunnan, dispersión geográfica que, en conjunto con las asociaciones que posee en el hemisferio norte, le permite disponer de una oferta continua de todos los Berries durante las 52 semanas del año.

A las 3.431 hectáreas totales plantadas a diciembre de 2018, se le suman 331 hectáreas que, si bien no son administradas por Hortifrut, la Compañía tiene un 50% de propiedad de las empresas asociadas que las administran:

- 77 hectáreas de arándanos plantadas en Argentina, todas las cuales se encuentran en estado productivo
- 236 hectáreas de arándanos plantadas en Estados Unidos en Oregón y California, todas las cuales se encontrarán en estado productivo durante el año 2019
- 18 hectáreas de frambuesas y moras en Marruecos, todas las cuales se encontrarán en estado productivo durante el año 2019

Contar con diversas zonas productivas también permite mayor cercanía con los centros de consumo. Este es el caso de las plantaciones ubicadas en México y Estados Unidos, que abastecen principalmente al mercado norteamericano, las plantaciones en España son capaces de abastecer una parte del mercado europeo, Brasil comercializa su producción dentro del mercado local y Chile aporta la producción de contra-estación para Norteamérica, Europa y Asia, al igual que Perú que contribuye con producción temprana en ventanas de alto precio, todo lo cual se complementa con productores terceros en Chile, México, Argentina, Uruguay, Perú, Marruecos y Europa.

El negocio de producción posee una gran importancia estratégica para Hortifrut, al permitirle contar con un volumen seguro para atender los requerimientos de sus clientes, desarrollar mercados de nichos, como el orgánico, aprovechar de forma eficiente las oportunidades de colocar su producción en períodos de escasa oferta y precios altos, y ejercer control sobre la calidad de la fruta.

3.2.3.9 Políticas de Sostenibilidad

Siguiendo con la tendencia de las grandes empresas globales, Hortifrut ha comenzado a formalizar nuevos estándares respecto a la relación que la Compañía tiene con sus trabajadores, comunidad y medioambiente, con lo cual ha asumido el desafío del desarrollo sostenible como uno de sus pilares estratégicos en el corto, mediano y largo plazo. Los 4 pilares sobre los cuales Hortifrut planea convertirse en una compañía sostenible en el tiempo son: Gobierno corporativo y transparencia, Colaboradores, Comunidad y Medio ambiente.



- **Gobierno Corporativo y Transparencia:** dentro de esta perspectiva destacan la existencia de un Directorio que sesiona en forma regular y que ha incluido los más altos estándares, alineados con los requerimientos de las empresas que cotizan en bolsa, y la existencia de un área de Auditoría Interna, la cual reporta al Comité de Directores y se reúne trimestralmente con el Directorio.
- **Colaboradores:** las principales prácticas destacadas están relacionadas con los beneficios complementarios a los trabajadores (principalmente seguro de vida, seguro médico y seguro dental), contratación de todos los empleados de la Compañía (ya sean de planta o temporales, permitiendo el acceso a todos los beneficios institucionales), política de salario ético por sobre el sueldo mínimo exigido por ley, reajustes salariales en promedio por sobre los niveles de inflación, frecuente seguimiento y medición de la satisfacción de los trabajadores, y exigentes prácticas de seguridad laboral y salud ocupacional.
- **Comunidad:** en esta perspectiva, las prácticas más destacables tienen relación con la generación de relaciones a largo plazo con proveedores y productores, con la recontractación de trabajadores estacionales, seguimiento de indicadores de diversidad de género dentro de la Compañía y con las prácticas de responsabilidad social empresarial y su compromiso con la comunidad.
- **Medioambiente:** aquí sobresalen los altos estándares que cumple la Compañía en su rol agrícola, donde todos los campos se rigen por certificaciones internacionales exigidas por nuestros clientes. Entre las prácticas que destacan encontramos la optimización en el uso de recursos hídricos, gestión de residuos peligrosos, gestión de la biodiversidad y adecuado uso de productos químicos.

Dentro de este contexto, en noviembre de 2018 Hortifrut Chile S.A. (filial de Hortifrut S.A.) fue certificada como Empresa B, transformándose en la Compañía chilena más grande en obtener este

importante reconocimiento internacional, y una de las primeras empresas agroindustriales del mundo en lograr esta certificación. Esto reafirma su liderazgo y continua innovación, que ha sido la principal fórmula de Hortifrut para agregarle valor a la Compañía.

Ser una Empresa B hace a Hortifrut parte de un movimiento global de empresas y personas con un mismo objetivo: construir una nueva economía, en busca del bienestar de las personas, las sociedades y el medio ambiente. También refleja la esencia de su propósito de impactar y enriquecer la vida de las personas en el mundo, a través del cultivo y comercialización de los mejores y más saludables Berries.

Por su parte, en mayo de 2019 Hortifrut S.A. concreta la exitosa colocación inaugural de bonos en el mercado local por UF2.250.000, a través de la emisión de las series A (UF1.000.000) y B (UF1.250.000). La serie A cuenta con la certificación verde y social de Vigeo Eiris y tiene por objetivo continuar fortaleciendo el compromiso con el desarrollo sostenible como pilar estratégico de la Compañía.

3.3 **Factores de riesgo.**

El negocio de la Compañía conlleva de manera intrínseca una serie de factores de riesgo que, de una u otra forma, podrían afectar el desempeño del negocio. Dentro de estos factores, se pueden mencionar los siguientes:

3.3.1 **Riesgos Financieros**

3.3.1.1 **Riesgo de crédito**

a) Riesgo de las inversiones de los excedentes de caja

Las instituciones financieras con las cuales opera Hortifrut S.A. y sus subsidiarias y el tipo de productos financieros en los que se materializan las inversiones de excedentes de caja, se consideran de bajo riesgo para la Sociedad. La política de la Compañía regula las inversiones y endeudamiento, procurando limitar el impacto de los cambios de valoración de monedas y de las tasas de interés sobre los resultados netos de la Sociedad, mediante inversiones de los excedentes de caja y contratación de forwards y otros instrumentos de forma de mantener una posición de cambio y tasa equilibrada.

Dentro de los instrumentos autorizados para operar son aquellos cuyos plazos de vencimiento exceden los 90 días, y posean alta liquidez.

- Efectivo en caja
- Depósitos a plazo
- Inversiones en fondos mutuos
- Otras inversiones a corto plazo y de alta liquidez

Las entidades financieras donde se colocan las inversiones son de alta calidad crediticia.

b) Riesgo proveniente de las operaciones de venta

Hortifrut posee ventas diversificadas en varios países. Los principales clientes son supermercados en Estados Unidos donde el negocio de la fruta fresca se encuentra sujeto a la ley PACA, la cual protege a los proveedores de frutas y verduras frescas en USA.

En las ventas fuera de Estados Unidos, la política de la Sociedad es tomar pólizas de seguro de crédito. Para aquellos clientes que las pólizas tienen un tope máximo, la Sociedad frecuentemente evalúa riesgo de exposición y disminuye/aumenta los envíos de acuerdo al análisis que se haya hecho o exige pagos anticipados de los clientes.

Sin perjuicio de que a la fecha Hortifrut no ha tenido problemas en relación al riesgo de crédito, debe tener presente que este hecho no garantiza que en el futuro la Sociedad no se vea expuesta a riesgo.

Como medida de mitigación de este riesgo, la Compañía tiene contratados, al día de hoy, seguros de crédito para la matriz y subsidiarias.

3.3.1.2 Riesgo de liquidez y financiamiento

Este riesgo está asociado a la probabilidad que Hortifrut S.A. y subsidiarias no puedan cumplir con sus obligaciones, como resultado de liquidez insuficiente o por la imposibilidad de obtener créditos.

Adicionalmente, existe el riesgo de que, producto de un deterioro de sus operaciones u otras circunstancias, determinados ratios financieros pudieren llegar a niveles superiores a los límites establecidos en los contratos de crédito, lo que podría limitar la capacidad de endeudamiento o acelerar el vencimiento de los pasivos financieros vigentes de la Compañía.

Para mitigar este riesgo la Compañía monitorea continuamente sus ratios financieros y otras obligaciones de hacer y no hacer estipuladas en sus contratos de crédito, de manera de poder tomar acciones oportunas para evitar los potenciales efectos negativos asociados a este riesgo.

Sin perjuicio de que a la fecha Hortifrut no ha tenido problemas asociados a exceder los ratios financieros estipulados en los contratos de financiamiento, se debe tener presente que este hecho no garantiza que en el futuro Hortifrut no se vea expuesto a este riesgo.

El Grupo Hortifrut, administra estos riesgos centralizadamente desde la sociedad matriz mediante una apropiada distribución, extensión de plazos y limitación del monto de su deuda, así como el mantenimiento de una adecuada reserva de liquidez, monitoreando constantemente el endeudamiento de las Subsidiarias y Asociadas. Para el caso de subsidiarias como Hortifrut España Southern Sun SL en España, y asociadas como Munger Hortifrut N.A. LLC en Estados Unidos, las decisiones de crédito se toman en estas unidades de negocio en coordinación con Hortifrut S.A. Las deudas se contraen a través de créditos bancarios en Chile y en el extranjero, buscando optimizar las condiciones crediticias en función de las necesidades de financiamiento para hacer frente a los planes de inversión y requerimiento de capital de trabajo.

Sin perjuicio que a la fecha Hortifrut no ha tenido problemas en relación al riesgo de liquidez, se debe tener presente que este hecho no garantiza que en el futuro Hortifrut no se vea expuesto a este riesgo.

Hortifrut tiene disponibles líneas de crédito de corto plazo aprobadas y vigentes para capital de trabajo, que al 31 de diciembre de 2018 ascienden a la suma de USD 238,34 millones, distribuidos entre 14 bancos. El monto utilizado asciende a USD 131,34 millones, quedando un saldo no utilizado de USD 107,04 millones. Las líneas de crédito se distribuyen entre las siguientes sociedades: Hortifrut Chile S.A. con USD 217,45 millones, Hortifrut S.A. con USD 5,00 millones, Agrícola El Pampino S.A. con USD 0,75 millones, Agrícola Santa Rosa del Parque S.A. con USD 0,50 millones, Agrícola Vida Nueva S.A. con USD 0,40 millones, Agrícola Mataquito S.A. con USD 1,30 millones, Agrícola El Avellano con USD 0,50 millones, Hortifrut Import Inc., con USD 5,00 millones y EuroBerry Marketing con USD 7,44 millones.

Basado en el actual desempeño operacional y su posición de liquidez, la Sociedad estima que los flujos de efectivo provenientes de las actividades operacionales y el efectivo disponible serán suficientes para financiar el capital de trabajo y los pagos de intereses, por los próximos 12 meses y el futuro previsible.

Para administrar la liquidez de corto plazo, la Sociedad se basa en los flujos de caja proyectados para un ejercicio móvil de doce meses y mantiene Efectivo y Equivalentes al Efectivo, disponible para cumplir sus obligaciones futuras.

3.3.1.3 Riesgo de tipo de cambio

El carácter internacional de su negocio y las operaciones en diferentes países exponen a Hortifrut a riesgos por variaciones en los tipos de cambio. Las principales exposiciones están referidas a variaciones de tipo de cambio de Dólar estadounidense versus Pesos chilenos, Pesos mexicanos, Euros y Nuevos Soles peruanos.

a) Exposición a Pesos chilenos

La fuente de exposición a Pesos chilenos proviene de los costos de las sociedades chilenas denominados en esta moneda, las cuentas por cobrar comerciales de clientes nacionales, y fondos líquidos mantenidos en instrumentos financieros y obligaciones bancarias.

Hortifrut efectúa gestiones de mitigación sobre la exposición a los costos de las sociedades chilenas, mediante la contratación de instrumentos derivados. Por su parte, en las sociedades chilenas, se utilizan instrumentos Cross Currency Swaps para mitigar el riesgo de tipo de cambio en las obligaciones bancarias denominadas en Pesos chilenos.

b) Exposición a Pesos mexicanos

La fuente de exposición a Pesos mexicanos proviene principalmente de los costos de la operación agrícola en México, los cuales están denominados mayoritariamente en dicha moneda y, en menor medida, de las cuentas por cobrar comerciales de clientes mexicanos.

Hortifrut efectúa gestiones de mitigación sobre la exposición a los costos de las sociedades mexicanas, mediante la contratación de instrumentos derivados.

c) Exposición a Euros

La fuente de exposición a Euros proviene de las ventas realizadas en dicha moneda, obligaciones bancarias y, en menor medida, por fondos líquidos mantenidos en instrumentos financieros. Hortifrut efectúa gestiones de mitigación sobre la exposición a las ventas en Euros mediante la utilización de instrumentos derivados forward.

d) Exposición a Nuevos Soles Peruanos

La fuente de exposición a Nuevos Soles peruanos proviene principalmente de los costos de la operación agrícola en Perú, los cuales están denominados mayoritariamente en dicha moneda y, en menor medida, de las cuentas por cobrar comerciales de clientes. Hortifrut evalúa constantemente la necesidad de realizar gestiones de mitigación de este riesgo.

Sin perjuicio que a la fecha Hortifrut no ha tenido problemas en relación al riesgo de tipo de cambio, se debe tener presente que este hecho no garantiza que en el futuro Hortifrut se vea expuesto a este riesgo.

3.3.1.4 Riesgo de la tasa de interés

El Grupo Hortifrut tiene los pasivos financieros de largo plazo ligados a inversiones de largo plazo.

Los pasivos de largo plazo están tanto a tasas fijas como variables y en su mayoría en dólares para evitar variación de costos y estar alineado con la moneda funcional de la Sociedad. Si bien los pasivos financieros de corto plazo, ligados a capital de trabajo temporal, están a tasa fija, éstos experimentan una exposición a variabilidad de las tasas de mercado al momento de su contratación y/o renovación.

Si Hortifrut mantuviera todo el año la deuda que tiene a tasa variable la cual asciende a MUSD 131.741 al 31 de diciembre de 2018 (MUSD 128.233 al 31 de diciembre de 2017) y la tasa aumentara en 10%, el impacto en el costo financiero anual sería de MUSD 406 (MUSD 221 al 31 de diciembre de 2017).

3.3.2 Riesgos Operacionales

Los riesgos operacionales de Hortifrut son administrados por cada gerencia, en concordancia con normas y estándares definidos a nivel corporativo. A continuación, se detallan aquellos que la administración considera de mayor relevancia:

3.3.2.1 Desarrollo genético de la competencia

La falta de variedades modernas de plantas puede afectar la competitividad del negocio, tanto agrícola como de exportación y comercialización. Actualmente, el Grupo Hortifrut cuenta con programas de desarrollo varietal, manteniendo en Chile y en el extranjero alianzas estratégicas con universidades y sociedades dedicadas a este rubro, además de establecer convenios con los principales viveros del

mundo, garantizándole a Hortifrut acceso a una gran gama de variedades modernas y atractivas de plantas.

3.3.2.2 Aumento significativo de la oferta

En caso de aumentos muy significativos de las hectáreas plantadas a nivel mundial, podría generarse un escenario de sobre-oferta de Berries lo que llevaría a una caída en los precios en los mercados de destino. Sin embargo, en los principales mercados en los que opera Hortifrut se observa todavía un gran potencial de crecimiento para la demanda de Berries, dado por la combinación de (i) un producto con efectos muy positivos para la salud; (ii) la importancia cada vez mayor en la alimentación sana que buscan los consumidores y (iii) un consumo de Berries per cápita todavía relativamente bajo.

3.3.2.3 Intensificación de la competencia

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

3.3.2.4 Riesgos climáticos

El clima es un factor externo difícil de controlar, el cual puede afectar la calidad y causar variaciones en el volumen de fruta disponible para comercializar a lo largo del año. Si bien este riesgo es poco controlable, el Grupo Hortifrut apuesta por una mayor diversificación geográfica e invierte en infraestructura para asegurar la disponibilidad de agua y hacer frente a las posibles inclemencias del clima, como control de lluvias, heladas y granizos.

Con la adquisición del negocio de arándanos de Grupo Rocío las plantaciones de la Compañía en Perú alcanzan a un 63,1% del total de plantaciones propias, aumentándose la exposición al riesgo climático en este país. No obstante, la Compañía posee otras plantaciones de menor tamaño en América del Sur, Norteamérica, Europa y Asia, que le permiten mitigar parcialmente este riesgo.

3.3.2.5 Plagas y enfermedades

Es inevitable que parte de los cultivos puedan verse afectados por algunas plagas y/o enfermedades. El control eficaz de ellos es por tanto tan necesario como abonar o regar. El riesgo asociado con plagas o enfermedades impacta en calidad y/o rendimiento, pudiendo afectar la apariencia y vida post-cosecha de la fruta; en algunos casos este riesgo conlleva a la aplicación de cuarentenas a zonas

productivas específicas por parte de las autoridades fitosanitarias de los países a los cuales la fruta es destinada.

No obstante, a través de un buen control (búsqueda y monitoreo) se puede detectar un brote de plagas y/o enfermedades a tiempo, permitiendo eliminar el problema antes de que provoque daños mayores. Lo anterior no implica que en un futuro la Compañía, no se vea afectada por actuales o nuevas plagas y/o enfermedades. Lo anterior no implica que en un futuro la Compañía no se vea afectada por actuales o nuevas plagas y/o enfermedades.

A partir del año 2013, Estados Unidos aplicó cuarentena a algunas regiones de Chile producto de la detección de la polilla Lobesia Botrana. Estas cuarentenas generalmente se pueden liberar en forma inmediata mediante fumigación de la fruta en destino o, en un mediano plazo, trabajando con las autoridades en medidas preventivas de control de la plaga que demuestren su contención o erradicación, terminando finalmente en el levantamiento de la cuarentena.

3.3.2.6 Food Safety (Seguridad Alimentaria)

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

3.3.2.7 Riesgo de Disponibilidad de Recursos Humanos

Los colaboradores temporales son críticos para la cosecha de la fruta, por lo cual Hortifrut ha desarrollado varias iniciativas para mantener a los colaboradores temporales de una temporada a otra. Adicionalmente, se recluta a través de ferias laborales y reuniones informativas organizadas con la intermediación de las municipalidades correspondientes a la zona de cada unidad productiva, para lo cual se ha construido una relación de colaboración mutua con la comunidad y sus municipios.

3.3.2.8 Continuidad y costos de suministros y servicios

El desarrollo de los negocios de Hortifrut involucra una compleja logística en la cual el abastecimiento oportuno de insumos y servicios de calidad es fundamental para mantener su competitividad.

Como todo negocio agrícola, la disponibilidad de agua es crítica para asegurar el buen resultado de los cultivos, por lo cual Hortifrut invierte en infraestructura como reservorios y pozos profundos para mitigar parcialmente este riesgo.

Respecto de la energía eléctrica, las plantas de proceso de Hortifrut cuentan con generadores que permiten asegurar la continuidad de la operación frente a cortes del suministro. Además, todas las plantas tienen planes de contingencia para enfrentar escenarios restrictivos de suministro. Sin embargo, no es posible descartar que, en el futuro, estrecheces de abastecimiento pudieran generar discontinuidades en el suministro y/o mayores costos a las plantas de Hortifrut. También es importante considerar eventuales paralizaciones en puertos y empresas de transporte en general, que podrían afectar el desempeño de Hortifrut si son eventos prolongados en el tiempo.

3.3.2.9 Riesgo asociado a nuevas tecnologías

Hortifrut, en sus diversos emprendimientos, a través del mundo, incorpora crecientemente nuevas tecnologías en todo el proceso de producción. Lo anterior conlleva riesgos asociados a la falta de conocimiento de todos los comportamientos de éstas. Si bien en su gran mayoría son tecnologías ampliamente difundidas en el mundo, todavía no tienen un historial prolongado que permita conocer con anticipación todos los efectos adversos que puedan derivar de ella.

3.3.3 Seguros

El Grupo Hortifrut tiene contratadas pólizas de seguros para cubrir la exposición a los principales riesgos financieros y operacionales, considerando que la cobertura de estas pólizas es adecuada.

3.3.4 Riesgo en las estimaciones

Efectos en la valorización de los frutos que crecen en “plantas portadoras” ante cambios en el volumen y precio

Conforme lo establece la NIC 41, los productos agrícolas que crecen en las plantas portadoras de frutos se mantendrán en el alcance de esta norma, los que deben ser medidos a su valor razonable menos los costos de venta, registrándose los cambios en la valorización en el resultado a medida que el producto crece.

Dado que esta valorización corresponde a una estimación, ésta podría variar cuando se perfeccionen las ventas de la fruta, momento en que dicho resultado se registra.

3.3.5 Riesgo asociado a proceso de fusiones y adquisiciones

Dado el carácter global de su negocio y la intención de la Compañía de mantenerse dentro de los principales participantes mundiales en la producción y comercialización de Berries y otras frutas, Hortifrut ha materializado distintos procesos de compra y/o fusión en el pasado, y podría materializar

otras transacciones similares en el futuro. Tanto la Compañía como las sociedades o activos adquiridos están expuestos a los potenciales riesgos financieros, operacionales y otros, descritos anteriormente.

Para mitigar estos riesgos, la Compañía monitorea continuamente los potenciales efectos que procesos de fusión y/o adquisición pudieren tener en sus ratios financieros, tanto a nivel de resultados como de balance, de manera de poder tomar acciones oportunas para mantenerse dentro de los umbrales permitidos por sus contratos de financiamiento.

Sin perjuicio de que, a la fecha, Hortifrut no ha tenido problemas asociados a sus procesos de fusión y adquisición, se debe tener presente que este hecho no garantiza que en el futuro Hortifrut no se vea expuesto a este riesgo.

4. ANTECEDENTES FINANCIEROS

4.1. Estados Financieros Consolidados

A continuación, se presentan los antecedentes financieros consolidados de Hortifrut S.A. para los años 2015, 2016, 2017 y 2018. Las cifras han sido expresadas en miles de dólares de cada período.

Los antecedentes financieros del Emisor se encuentran disponibles en las oficinas de la Compañía, en su sitio web www.hortifrut.com y en el sitio web para la Comisión para el Mercado Financiero (“CMF”), www.cmfchile.cl.

Resumen del período

En el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2018, la ganancia atribuible a los propietarios de la controladora alcanzó USD 83,88 millones, un aumento de USD 57,32 millones con respecto al año anterior. Este aumento se debe en gran medida a un mayor resultado operacional por USD 43,88 millones, producto principalmente de las operaciones de Perú, y al efecto de una sola vez en otros ingresos/(gastos) fuera de la operación por USD 43,66 millones producto del ajuste a valor razonable de la participación en Hortifrut Tal S.A.C. (Perú), ajuste que ascendió a USD 60,99 millones, los que neto de impuestos ascienden a USD 44,52 millones, los que fueron parcialmente compensados por un mayor impuesto a las ganancias por USD 22,73 millones, producto de los mejores resultados, y un mayor costo financiero por USD 11,54 millones producto de la mayor deuda financiera asociada a la compra y fusión del negocio de arándanos del Grupo Rocío en Perú y al alza de las tasas promedio de interés de corto plazo y al financiamiento del capital de trabajo de la temporada.

Los ingresos de actividades ordinarias alcanzaron USD 528,16 millones al 31 de diciembre de 2018, representando un aumento de 36,0% con respecto al mismo período de 2017. Este aumento se debió principalmente a un alza de 26,9% en el volumen de venta, mayoritariamente por fruta proveniente de Perú, acompañado de un mayor ingreso medio de 8,5% por kilo para el ejercicio. Por otro lado, los costos operacionales alcanzaron USD 414,18 millones, un aumento de 27,6% producto del incremento del volumen distribuido antes mencionado. Como resultado de lo anterior, el margen

bruto alcanzó USD 113,97 millones, siendo un 79,4% mayor que los USD 63,53 millones al 31 de diciembre 2017.

En el caso del EBITDA, éste alcanzó USD 108,94 millones al 31 de diciembre de 2018, lo que representa un aumento de 83,0% al compararlo con los USD 59,52 millones alcanzados al 31 de diciembre de 2017. El aumento del EBITDA se debe en gran medida a la incorporación de la operación en Perú y a la valoración de la fruta en plantas portadoras, antes mencionada.

La deuda financiera neta de la Sociedad aumentó de USD 207,66 millones al 31 de diciembre de 2017 a USD 455,17 millones al 31 de diciembre de 2018, variación que se explica por el financiamiento de la compraventa y fusión del negocio de arándanos del grupo Rocío en Perú y el capital de trabajo necesario en esta nueva operación.

Activos (USD miles)	2015	2016	2017	2018
Efectivo y equivalentes al efectivo	24.599	35.245	27.838	48.901
Otros activos financieros, corrientes	3	3.155	4.473	1.411
Otros activos no financieros, corrientes	6.643	5.520	5.614	5.462
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, corrientes	44.512	42.578	46.092	82.202
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, corrientes	38.555	45.759	48.132	48.317
Inventarios	41.679	56.811	44.556	86.490
Activos biológicos, corrientes	7.182	6.856	9.716	21.076
Activos por impuestos corrientes	0	0	1.086	2.007
Total activos corrientes	163.173	195.924	187.507	295.866
Otros activos financieros, no corrientes	0	1.101	1.345	317
Otros activos no financieros, no corrientes	11	1.516	1.417	1.192
Derechos por cobrar, no corrientes	1.286	1.794	1.615	1.546
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, no corrientes	9.669	7.660	8.060	4.224
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	24.595	66.654	67.841	29.385
Activos intangibles distintos de la plusvalía	29.181	21.794	14.483	15.020
Plusvalía	26.769	26.769	26.769	179.770
Propiedades, planta y equipo	201.902	207.870	245.060	693.363
Activos por impuestos diferidos	14.317	14.950	18.591	26.637
Total activos no corrientes	307.730	350.108	385.181	951.454
Total activos	470.903	546.032	572.688	1.247.320
Pasivos y Patrimonio (USD miles)	2015	2016	2017	2018
Otros pasivos financieros, corrientes	100.139	150.787	151.531	172.629
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar, corrientes	46.686	60.009	49.724	88.319
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, corrientes	2.253	6.711	6.142	7.646
Otras provisiones, corrientes	113	160	545	829
Pasivos por Impuestos corrientes	360	1.698		
Provisiones por beneficios a los empleados, corrientes	1.248	1.592	1.612	2.926
Otros pasivos no financieros, corrientes	2.920	2.658	992	2.069
Total pasivos corrientes	153.719	223.615	210.546	274.418
Otros pasivos financieros, no corrientes	61.925	57.630	83.966	331.443
Otras cuentas por pagar, no corrientes	756		0	6.506
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, no corrientes	22.734	11.690	12.071	8.562
Otras provisiones, no corrientes	76	134	35	0
Pasivo por impuestos diferidos	26.626	23.492	22.495	106.966
Total pasivos no corrientes	112.117	92.946	118.567	453.477
Total pasivo	265.836	316.561	329.113	727.895
Capital emitido	136.411	136.411	135.149	347.191
Ganancias (pérdidas) acumuladas	25.302	40.094	70.503	135.518
Prima de emisión	-1.262	-1.262		-4.221
Otras reservas	14.403	24.108	1.165	-11.806
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	174.854	199.351	206.817	466.682
Participaciones no controladoras	30.213	30.120	36.758	52.743
Patrimonio total	205.067	229.471	243.575	519.425

Total patrimonio y pasivos**470.903 546.032 572.688 1.247.320****4.2. Estado de Resultados**

USD miles	2015	2016	2017	2018
Ingresos de actividades ordinarias	348.880	426.796	388.250	528.157
Costo de ventas	-295.084	-356.758	-324.718	-414.184
Ganancia bruta	53.796	70.038	63.532	113.973
Otros ingresos, por función	174	1.725	495	7.503
Gastos de administración	-23.544	-26.036	-26.773	-38.080
Otros gastos, por función	-1.615	-5.916	-4.743	-7.003
Otras ganancias (pérdidas)	-720	-416	-363	60.823
Ingresos financieros	583	1.191	1.746	1.448
Costos financieros	-3.868	-4.232	-5.711	-17.254
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios	6.088	4.940	9.468	-3.483
Diferencias de cambio	-5.333	944	-5.256	2.005
Ganancia antes de impuestos	25.561	42.238	32.395	119.932
Gasto por impuestos a las ganancias	-8.827	-11.257	-4.690	-27.416
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones	16.734	30.981	27.705	92.516
Ganancia (pérdida)	16.734	30.981	27.705	92.516
Ganancia (pérdida) atribuible a				
Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora	13.498	26.055	26.563	83.883
Ganancia (pérdida), atribuible a participaciones no controladoras	3.236	4.926	1.142	8.633
Ganancia (pérdida)	16.734	30.981	27.705	92.516

4.3. Estado de Flujos de Efectivo

USD miles	2015	2016	2017	2018
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de operación				
Clases de cobros por actividades de operación				
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	342.288	422.531	377.214	510.895
Clases de pagos				
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	-262.757	-302.202	-274.144	-341.780
Pagos a y por cuenta de los empleados	-48.256	-55.194	-54.695	-93.756
Intereses pagados	-3.868	-4.232	-5.711	-13.424
Intereses recibidos	583	1.191	1.746	1.448
Impuestos a las ganancias reembolsados (pagados)	-7.353	-13.686	-11.300	-14.954
Otras entradas (salidas) de efectivo	-854	1.195	-1.023	-1.900
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación	19.783	49.603	32.087	46.529
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de inversión				
Flujos de efectivo utilizados para obtener el control de subsidiarias u otros negocios	-	-	-	-147.674
Flujos de efectivo utilizados en la compra de participaciones no controladoras	-1.337	-26.618	-	-
Otros pagos para adquirir patrimonio o instrumentos de deuda de otras entidades	-	-	-356	-1.908
Préstamos a entidades relacionadas	-	-1.983	-9.946	-4.018
Importes procedentes de la venta de propiedades, planta y equipo	660	-	1.543	3.682
Compras de propiedades, planta y equipo	-17.647	-39.734	-58.309	-68.948
Compras de activos intangibles	-10.156	-1.254	-1.568	-1.903
Compras de otros activos a largo plazo	-7.123	-	-	-
Cobro a entidades relacionadas	-	3.992	11.590	7.366
Otras entradas (salidas) de efectivo	-	-	3.997	16.542
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión	-37.989	-65.597	-53.049	-196.861
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de financiación				
Importes procedentes de la emisión de acciones	-	-	-	-
Importes procedentes de préstamos de largo plazo	20.000	17.657	44.072	318.010
Importes procedentes de préstamos de corto plazo	90.076	99.194	101.658	197.373
Total importes procedentes de préstamos	110.076	116.851	145.730	515.383
Préstamos de entidades relacionadas	-	-	1.204	-
Pagos de préstamos	-111.133	-67.587	-117.092	-319.863
Dividendos pagados	-6.859	-10.451	-13.693	-5.961
Pagos de pasivos por arrendamientos financieros	-	-	-1.871	-13.696
Pagos de préstamos a entidades relacionadas	-	-12.010	-	-4.221

Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación	-7.916	26.803	14.278	171.642
Incremento neto (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio	-26.122	10.809	-6.684	21.310
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo	73	-163	-723	-247
Efectivo y equivalentes al efectivo al inicio del período	50.648	24.599	35.245	27.838
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	35.245	24.599	27.838	48.901

4.4. Indicadores Financieros

Índices Financieros	2015	2016	2017	2018
Liquidez corriente ⁽¹⁾ (veces)	1,06x	0,88x	0,89x	1,08x
Razón ácida ⁽²⁾ (veces)	0,70x	0,57x	0,61x	0,67x
Razón de endeudamiento ⁽³⁾ (veces)	1,52x	1,59x	1,59x	1,56x
Razón de endeudamiento financiero neto ⁽⁴⁾	0,79x	0,87x	1,00x	0,98x
Cobertura de gastos financieros ⁽⁵⁾ (veces)	7,61x	7,67x	6,67x	7,95x
Deuda corto plazo ⁽⁶⁾	57,82%	70,64%	63,97%	37,70%
Deuda largo plazo ⁽⁷⁾	42,18%	29,36%	36,03%	62,30%

(1) Activo corriente / Pasivo corriente

(2) Total activos corrientes menos: otros activos no financieros, inventarios y activos biológicos corrientes) / Pasivo corriente

(3) Total pasivos / Patrimonio atribuible a la Controladora

(4) (Otros pasivos financieros corrientes más otros pasivos financieros no corrientes menos efectivo y equivalentes al efectivo) / Patrimonio atribuible a la Controladora

(5) (Ganancia antes de impuestos - Costos financieros) / Costos financieros

(6) Total pasivos corrientes / Total pasivos

(7) Total pasivos no corrientes / Total pasivos

Nota: Cobertura de gastos financieros corresponde al acumulado de los últimos doce meses

5. PROPIEDAD Y CONTROL

5.1 Controlador:

Mediante instrumento privado de fecha 3 de julio de 2018, Inversiones IMG Limitada, San Juan de Virquenco Tres S.A., Agrícola San Nicolás Limitada, San José Farms S.A., Exportadora San José Trading Limitada, Inmobiliaria Algeciras Limitada, Talsa Chile III SpA e Inversiones Copemira SpA celebraron un pacto de accionistas y acuerdo de actuación conjunta sobre 270.078.156 acciones de Hortifrut S.A., que equivalen al 51,39% del capital accionario de Hortifrut.

Las acciones que cualquiera de las partes tenga por sobre el 17,13% del capital accionario de la Sociedad son Acciones de Libre Disposición.

Antecedentes del grupo controlador:

Grupo FM. Familia Moller (17,14% al 31 de diciembre de 2018):

- a) Inversiones IMG Limitada: Controlada indirectamente por doña Francisca Moller Opazo, don Victor Edmundo Moller Opazo y don Nicolás Moller Opazo y don Víctor Moller Schiavetti.
- b) San Juan de Virquenco Tres S.A.: Controlada indirectamente por doña Francisca Moller Opazo, don Victor Edmundo Moller Opazo, don Nicolás Moller Opazo y don Víctor Moller Schiavetti.
- c) Agrícola San Nicolás Limitada: Controlada por Nicolás Moller Opazo y Víctor Moller Schiavetti.

Grupo VitalBerry. Familias Del Río (9,54% al 31 de diciembre de 2018) y Elberg (8,04% a igual fecha):

- d) San José Farms S.A.: Controladas indirectamente por Ignacio del Río Goudie, su señora e hijos.
- e) Exportadora San José Trading Limitada: Controlada indirectamente por Claudio Contreras Concha, Ignacio del Río Goudie, su señora e hijos.
- f) Inmobiliaria Algeciras Limitada: Controlada indirectamente por Eduardo Elberg Simi, Magda Sheward Mardones, Andrés Elberg Sheward, Paula Elberg Sheward, Karla Elberg Sheward y Javiera Elberg Sheward.

Grupo Rocío. Familia Quevedo (17,13% al 31 de diciembre de 2018):

- g) Talsa Chile III SpA: Controlada indirectamente por Ulises Rafael Ramón Quevedo Berastain.
- h) Inversiones Copemira SpA: Controlada por Juan Luis Alemparte Rozas.

Al 31 de diciembre de 2018, el Grupo FM, el Grupo VitalBerry y el Grupo Quevedo poseen en conjunto un 51,85% del capital de la Sociedad, considerando las acciones que tienen en custodia. A la fecha el pacto de accionista registra las siguientes acciones:

Pacto de accionistas	Acciones totales	Porcentaje de participación
Grupo FM		
Inversiones IMG Ltda.	81.792.248	15,56%
San Juan de Virquenco Tres S.A.	7.344.255	1,40%
Agrícolas San Nicolás Ltda.	929.550	0,18%
Total Grupo FM	90.066.053	17,14%
Grupo VitalBerry		
San José Farms S.A.	36.773.594	7,00%
Exportadora San José Trading Ltda.	13.359.181	2,54%
Inmobiliaria Algeciras Ltda.	42.243.674	8,04%
Total Grupo VitalBerry	92.376.449	17,58%
Grupo Rocío		
Talsa Chile III SpA	89.125.792	16,96%
Inversiones Copemira S.A.	900.260	0,17%
Total Grupo Rocío	90.026.052	17,13%
Total Pacto de Accionistas	272.468.554	51,85%

5.2 Accionistas mayoritarios distintos de los controladores:

Distinto del Grupo Controlador, descrito en la Sección 5.1 anterior, no hay personas naturales o jurídicas que califiquen como accionistas mayoritarios y que por sí sola o con otras con que tengan acuerdo de actuación conjunta, puedan designar, a lo menos, un miembro de la administración de Hortifrut, o posea un 10% o más de su capital.

5.3 **Doce mayores accionistas:** Al 31 de diciembre de 2018

Nombre	Número de acciones suscritas	Número de acciones pagadas	% de propiedad
Talsa Chile III Spa	89.125.792	89.125.792	16,96%
Inversiones IMG Limitada	81.792.248	81.792.248	15,56%
Inmobiliaria Algeciras Ltda.	42.243.674 ⁽¹⁾	37.243.674	8,04%
San Jose Farms S.A.	36.773.594	36.773.594	7,00%
Banco Itau Corpbanca por cuenta de Inversionistas Extranjeros	27.750.121	27.750.121	5,28%
Compass Small CAP Chile Fondo de Inversión	25.064.198	25.064.198	4,77%
Inversiones Costanera Limitada	16.239.705	16.239.705	3,09%
Btg Pactual Small CAP Chile Fondo de Inversión (Cta.Nueva)	14.661.541	14.661.541	2,79%
Siglo XXI Fondo de Inversión	14.273.620	14.273.620	2,72%
Comercial Epysa S.A.	13.800.000	13.800.000	2,63%
Exportadora San Jose Trading Ltda.	13.359.181	13.359.181	2,54%
AFP Habitat S.A. para fondo Pensión C	10.455.774	10.455.774	1,99%

(1) Incluye 5.000.000 de acciones en custodia de Santander Corredora de Bolsa.

5.4 **Número total de accionistas:** 117 (al 31 de diciembre de 2018).

6. ADMINISTRACIÓN

6.1 Directorio:

Nombre	RUT	Cargo	Fecha Nombramiento
Victor Moller Schiavetti	4.435.579-5	Presidente	30/04/2019
Andrés Solari Urquieta	8.667.254-5	Vicepresidente	30/04/2019
German Novion Verdugo	6.379.404-K	Director	30/04/2019
Patricia Sabag Zarruk	7.732.779-7	Director	30/04/2019
Miguel Ignacio Guerrero Gutiérrez	5.546.791-9	Director	30/04/2019
Victor Moller Opazo	10.668.361-1	Director	30/04/2019
Andrés Carvallo Prieto	15.383.173-4	Director	30/04/2019
Juan Luis Alemparte Rozas	16.096.002-7	Director	30/04/2019
Ulises Rafael Ramón Quevedo Berastain	Pasaporte Peruano N° 116.958.100	Director	30/04/2019

6.2 Comité de Directores:

El Comité de Directores, constituido de acuerdo al Artículo 50 bis de la Ley N° 18.046, ejerce las facultades y tiene los deberes contenidos en dicha disposición.

El Comité de Directores se constituyó inicialmente en Sesión de Directorio de la Sociedad celebrada con fecha 5 de marzo de 2013 como una medida de buen gobierno corporativo aun cuando a esa época no existía la obligación de hacerlo. Conforme al Artículo 50 bis de la Ley N° 18.046, actualmente integran el Comité, en su calidad de Directores Independientes, doña Patricia Sabag Zarruk y don Miguel Ignacio Guerrero Gutiérrez y, de conformidad a la Circular N° 1.956 de la Superintendencia de Valores y Seguros (hoy, CMF), el Directorio elegido en la Junta Ordinaria de Accionistas de fecha 30 de abril de 2019, designó en la Sesión Ordinaria de fecha 7 de mayo del mismo año a don Andrés Solari Urquieta como el tercer miembro del Comité.

Nombre	Cargo	Relación con controlador	Fecha inicio
Patricia Sabag Zarruk	Director	Independiente	07/05/2019
Miguel Ignacio Guerrero Gutiérrez	Director	Independiente	07/05/2019
Andrés Solari Urquieta	Director	No independiente	07/05/2019

6.3 **Ejecutivos principales:**

Nombre	Rut	Profesión	Cargo	Fecha Nombramiento
Verónica Pubill Comadran	18.158.192-1	Ingeniero Comercial	Head of Investor Relations	18/02/2019
Maria Elena Maggi Vidaurre	8.512.661-K	Ingeniero Comercial	Controller	02/01/2019
José Miguel Arizábalo Barra	13.066.136-K	Ingeniero Civil Informático	Gerente TI	02/04/2018
Juan Carlos Toro Ruiz-Tagle	13.256.460-4	Ingeniero Civil Industrial	Gerente de Finanzas Corporativo	17/01/2018
Hans Christian Petersen Oehninger	15.384.983-8	Ingeniero Civil Mecánico	Gerente de Filiales	17/01/2018
Juan Ignacio Allende Connelly	6.196.483-5	Ingeniero Agrónomo	Gerente General	06/09/2016
Felipe Juillerat Muñoz	7.409.243-8	Ingeniero Comercial	Gerente Comercial Corporativo	06/09/2016
Alberto Nicolas Moller Opazo	10.668.356-5	Ingeniero Comercial	Corporate Vice Chairman	06/09/2016
Oswaldo Alejandro Garay Hidalgo	10.125.008-3	Ingeniero Civil Industrial	Subgerente Planificación Financiera	08/02/2016
Enrique Acevedo Herl	9.477.743-7	Ingeniero Agrónomo	Gerente Productores	21/08/2013
Bárbara Poblete Bas	14.165.464-0	Sicóloga y Licenciada en Comunicaciones	Gerente Recursos Humanos Corporativo	15/04/2013
Gabriela Rojas Violic	15.308.049-6	Ingeniero Comercial	Gerente de Control de Gestión	02/07/2012

Nombre	Rut	Profesión	Cargo	Fecha Nombramiento
Jorge Del Sante Lira	6.975.579-8	Ingeniero Agrónomo	Gerente División Congelados	01/09/2008
María Pilar Bañados Ortiz	9.831.115-7	Ingeniero Agrónomo	Gerente de Investigación y Desarrollo	15/08/2008
Carlos Jara Arbert	7.171.673-2	Ingeniero Comercial	Gerente de Administración	01/08/2008
Iván Americio Melelli Jauregui	8.335.157-8	Ingeniero Agrónomo	Gerente de Operaciones	01/08/2008
Bernardita Alicia Romagnoli Zulueta	9.306.068-7	Ingeniero Civil Industrial Eléctrico	Subgerente de Finanzas	21/07/2008
Gloria Patricia Pierret Ortiz	13.899.089-3	Abogado	Fiscal	03/03/2008
Sebastián Jaime Correa Bulnes	12.854.246-9	Ingeniero Comercial	Gerente Planificación y Programas Genéticos	04/02/2008
Wilfredo Iván Brevis Correa	8.972.400-7	Contador Público y Contador Auditor	Gerente de Contabilidad	01/08/2007
Ramiro Soffia Moller	7.010.418-0	Ingeniero Comercial	Gerente División Agrícolas	01/07/2004
María Elena Echenique Braun	6.966.252-8	Agrónomo	Gerente Sales Operation Planning	01/11/2003
Gustavo Salinas Tapia	12.864.024-K	Ingeniero Industrial	Gerente de Exportaciones	01/11/2003

6.4 **Planes de incentivo:** La Sociedad no cuenta con planes de compensación o beneficios especiales dirigidos a sus ejecutivos principales, ni con planes de compensación que consideren pagos basados en opciones sobre acciones de la Sociedad.

7. INFORMACIÓN RELATIVA A LAS ACCIONES Y A LOS DERECHOS QUE ELAS CONFIEREN

7.1 Capital y acciones:

- (a) Capital suscrito y pagado: USD 342.969.789,14
- (b) Número de acciones suscritas y pagadas: 525.546.131 acciones, todas ordinarias, de una única serie, sin valor nominal.

7.2 **Series de acciones:** El capital se divide en acciones ordinarias. No hay series de acciones.

7.3 **Relación entre accionistas, acreedores y otros tenedores de valores:** No existen contratos, pactos, acuerdos o convenciones que alteren las disposiciones legales y reglamentarias que regulan la relación entre los derechos de los accionistas, acreedores y otros tenedores de valores emitidos o por emitir por la Sociedad. La Sociedad no ha emitido bonos convertibles en acciones.

7.4 Clasificación de riesgo:

- (a) Clasificadora de Riesgo Humphreys Limitada
Clasificación: “Primera Clase Nivel 3”.
- (b) International Credit Rating Compañía Clasificadora de Riesgo Limitada
Clasificación: “Primera Clase Nivel 3”.

8. ANTECEDENTES LEGALES DE LA EMISIÓN DE ACCIONES

8.1 **Junta de accionistas:** El aumento de capital ascendente a USD 160.000.000 representado por 64.100.000 acciones ordinarias, fue aprobado por junta extraordinaria de accionistas de fecha 30 de abril de 2019, la que fue reducida a escritura pública con fecha 6 de mayo de 2019 en la Notaría de Santiago de don Eduardo Javier Diez Morello, domiciliado en Santiago, calle Luis Thayer Ojeda 359, Providencia.

8.2 **Publicación e inscripción extracto:** El extracto de la escritura antes citada fue inscrito a fojas 37.233, N° 18.582, el 14 de mayo de 2019 en el Registro de Comercio de Santiago, en la ciudad de Santiago y fue publicado en el Diario Oficial con fecha 16 de mayo de 2019.

9. CARACTERÍSTICAS DE LA EMISIÓN

9.1 Emisión:

- (a) Monto máximo de la emisión: USD 160.000.000.
- (b) Número total de acciones a emitir con cargo al aumento de capital: 64.100.000 acciones, todas ordinarias. En sesión de directorio de fecha 7 de mayo de 2019 se acordó inscribir 64.100.000 acciones con cargo al aumento de capital a que se refiere el punto 8.1 precedente. En sesión de directorio de fecha 21 de junio de 2019 se acordó colocar inicialmente, como primera parcialidad, la cantidad de 61.000.000 acciones.
- (c) Porcentaje esperado acciones a emitir / total acciones post colocación: 10,8709%. Lo anterior es el porcentaje esperado que representarán las citadas 64.100.000 acciones de primera emisión en relación al total de las acciones suscritas al término de la colocación, calculado como $(N^{\circ} \text{ de acciones de pago} / (N^{\circ} \text{ acciones suscritas} + N^{\circ} \text{ acciones de pago}))$.
- (d) Porcentaje esperado dispersión post colocación: 10,3999%. Lo anterior es el porcentaje esperado de dispersión que alcanzará la Sociedad una vez terminada la colocación de las citadas 61.000.000 acciones, calculado como $(N^{\circ} \text{ acciones que se colocarán} / (N^{\circ} \text{ acciones suscritas} + N^{\circ} \text{ acciones de pago que se colocarán}))$.

9.2 Valor nominal acciones: No tienen.

9.3 Precio de colocación: \$1.820 por acción.

9.4 Plazo de colocación y forma de pago: El plazo de colocación vence el 30 de abril de 2022. El valor de las acciones de pago deberá ser enterado al contado en el acto de su suscripción, en pesos, moneda de curso legal, ya sea en efectivo, cheque, vale vista bancario, transferencia electrónica de fondos de disponibilidad inmediata o cualquier otro instrumento o efecto representativo de dinero pagadero a la vista.

9.5 Uso de fondos: Los fondos que se obtengan con este aumento de capital serán destinados a financiar el crecimiento (de forma orgánica o bien mediante adquisiciones o acuerdos con socios estratégicos) en los países que abastecen los mercados de América del Norte, Europa y Asia, durante todas las semanas del año, para fortalecer las plataformas comerciales y satisfacer la creciente demanda por los productos de la Sociedad. Este crecimiento se proyecta a través de inversiones en países físicamente cercanos a los respectivos mercados de destino, en que destacan China, Marruecos y el norte de México, países en los que la Sociedad ya tiene operaciones y donde se proyecta invertir aproximadamente un 30,6%, un 31,9% y un 27,5%, respectivamente, de los fondos que se obtengan con este aumento de capital. El saldo, por aproximadamente un 10% de dichos fondos, se invertirá en potenciales adquisiciones o acuerdos con socios estratégicos en países que abastecen los citados mercados de América del Norte, Europa y Asia.

Se deja constancia que no serán utilizados otros recursos junto a los que se obtengan con este aumento de capital.

Mientras se materializan las inversiones, la Sociedad hará el mejor manejo financiero de los recursos que recaude, incluyendo el pago temporal de líneas de crédito.

10. DESCRIPCIÓN DE LA COLOCACIÓN

10.1 **Número de acciones:** Tal como se indicó en el numeral 9.1 (b) precedente, inicialmente, en una primera parcialidad, se colocarán 61.000.000 acciones de pago de primera emisión. No se contempla colocar acciones en circulación.

10.2 **Tipo de colocación:** Por intermediarios. El agente colocador será BTG Pactual Chile S.A. Corredores de Bolsa.

No existe relación entre la Sociedad y el agente colocador mencionado que sea distinta a la originada por el contrato de colocación.

10.3 **Procedimiento:** Sujeto a lo señalado en la Sección 10.2, la colocación se hará al “mejor esfuerzo”.

Las acciones serán ofrecidas en forma preferente y por el plazo de 30 días contados desde la publicación del aviso de opción preferente, a los accionistas que se encuentren inscritos en el Registro de Accionistas a la medianoche del quinto día hábil anterior a la fecha de publicación del aviso de opción preferente, a prorrata de las acciones que posean inscritas a su nombre a dicha fecha. Los accionistas podrán renunciar o ceder su derecho a suscribir las acciones, respecto de todo o parte de ellas, en conformidad a las normas del Reglamento de Sociedades Anónimas. Si un accionista o cesionario de la opción nada expresare durante el período de opción preferente, se entenderá que renuncia al derecho de suscribirlas.

10.4 **Plazo de colocación:** De acuerdo a la junta extraordinaria de accionistas de fecha 30 de abril de 2019, el plazo máximo para colocar las acciones vence el 30 de abril de 2022.

10.5 **Porcentaje mínimo de colocación:** La junta extraordinaria de accionistas no fijó un porcentaje mínimo del total de acciones del emisor a colocar.

10.6 **Procedimiento para acciones no suscritas:** Si luego de aplicar el procedimiento anterior para una determinada emisión de acciones, quedare algún remanente de acciones no colocadas de dicha emisión, todo o parte de éste podrá ser ofrecido libremente a los accionistas y/o terceros, en las oportunidades y cantidades que el Directorio estime pertinentes, el que está ampliamente facultado para determinar los procedimientos para ello. En todo caso, la enajenación de las acciones a terceros no podría ser hecha en valores y condiciones más favorables que los de la oferta preferente a los accionistas con derecho a ella, sin perjuicio de lo dispuesto en el último inciso del artículo 29 del Reglamento de Sociedades Anónimas.

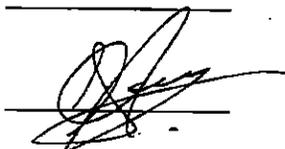
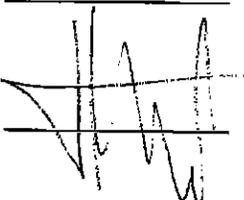


000046

Declaración de responsabilidad y especial

Los abajo firmantes, debidamente facultados y en sus calidades de Directores y Gerente General de Hortifrut S.A., según corresponda, declaran bajo juramento que se hacen responsables de la veracidad respecto de toda la información proporcionada por Hortifrut S.A. conforme a la Norma de Carácter General N° 30, para fines de la inscripción en el Registro de Valores de la emisión de 64.100.000 acciones de pago.

Asimismo, los abajo firmantes declaran bajo juramento que Hortifrut S.A. no se encuentra en cesación de pagos.

Nombre	Cargo	C.I.	Firma
Víctor Moller Schiavetti	Presidente	4.435.579-5	_____
Andrés Solari Urquieta	Vicepresidente	8.667.254-5	_____
Miguel Ignacio Guerrero Gutiérrez	Director	5.546.791-9	_____
Germán Novión Verdugo	Director	6.379.404-K	_____
Patricia Sabag Zarruk	Director	7.732.779-7	_____
Víctor Moller Opazo	Director	10.668.361-1	_____
Andrés Carvallo Prieto	Director	15.383.173-4	_____
Juan Luis Alemparte Rozas	Director	16.096.002-7	
Ulises Rafael Quevedo Berastain	Director	6431504 (Pasaporte Peruano)	_____
Juan Ignacio Allende Connelly	Gerente General	6.196.483-5	



Av. del Cóndor 600 piso 4- Huechuraba - Santiago / (56-2) 2479 2600
www.hortifrut.com