HORTIFRUT

BERRIES FOR THE WORLD EVERY DAY

INFORME DE RESULTADOS

PRIMER TRIMESTRE 2015

24 de Junio de 2015

Nuestra Empresa

Visión:

Ser el líder mundial en la categoría de Berries.

Misión:

Todos los berries, a todo el mundo, todos los días.

Modelo de Negocio:

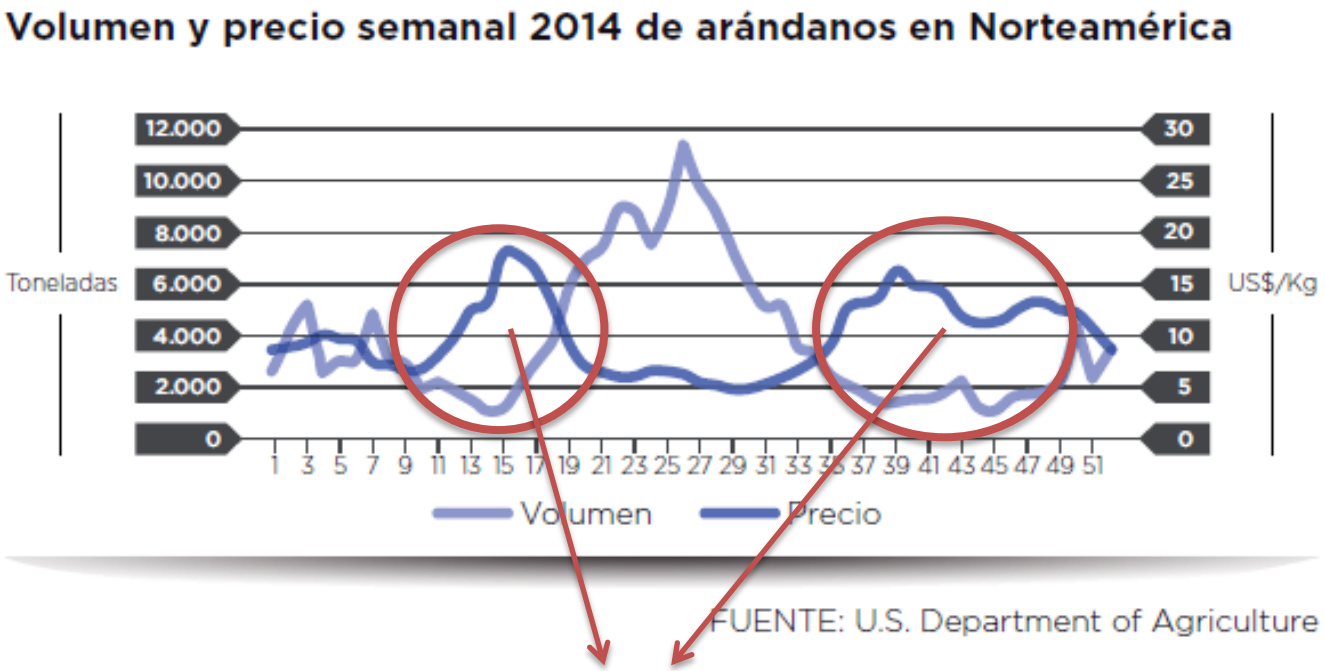
A través de alianzas estratégicas, uniendo a los mejores del Hemisferio Sur con los mejores del Hemisferio Norte, en plataformas comerciales y marcas propias, integrando el negocio desde la genética hasta el clientes final. Abastecemos a los mejores clientes en los principales mercados globales.

Contenido

1. Estrategia Hortifrut
2. Resumen Resultado Consolidado primer trimestre 2015
3. Resumen Resultado Consolidado periodo Jul14-Mar15
4. Resultado por Segmento de Negocio
5. Evolución Trimestral de Resultados

Estrategia de Inversión

1. Foco de Inversión en ventanas atractivas de producción



Ventanas atractivas

Estrategia de Inversión

Actualmente Hortifrut esta centrado en destinar sus esfuerzos en las ventanas donde la producción actual es baja y los precios son altos.

- Proyecto Olmos
  - 500 hectáreas de arándanos en Perú

- Argentina
  - Inversión en arándanos en la zona de Tucumán

Hortifrutal (Trujillo)

Estrategia de Inversión

2. Consolidación de plataformas comerciales a través de alianzas estratégicas con los principales actores del mercado a nivel mundial

- Firma de un MOU con Joyvio

Contenido

1. Estrategia Hortifrut

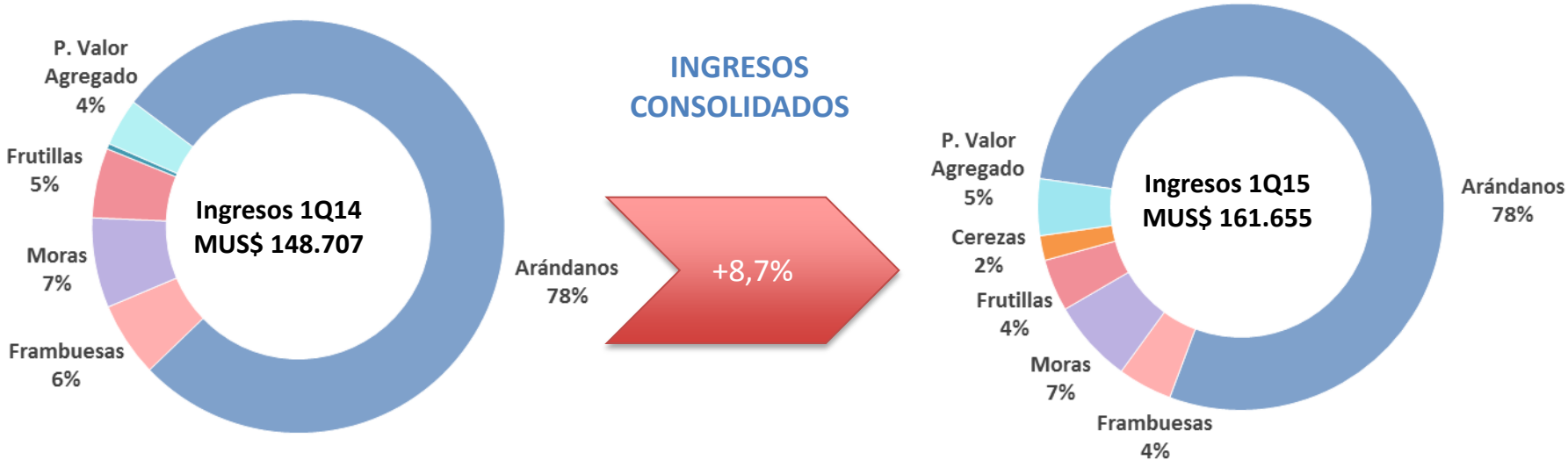
2. Resumen Resultado Consolidado primer trimestre 2015

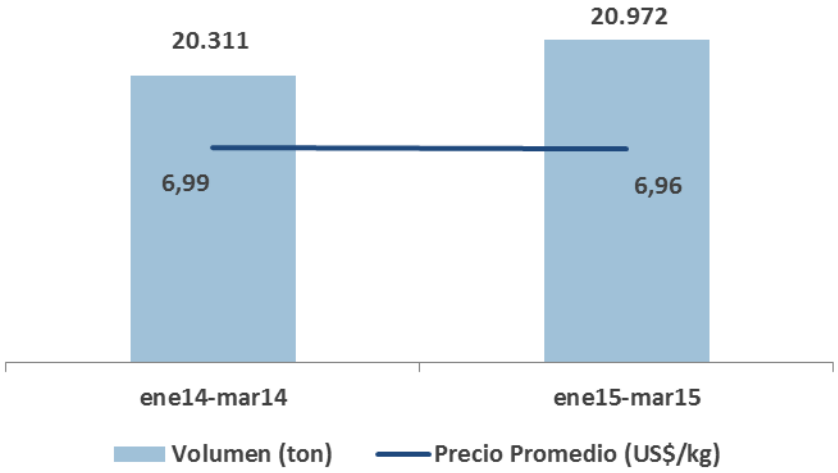
3. Resumen Resultado Consolidado periodo Jul14-Mar15

4. Resultado por Segmento de Negocio

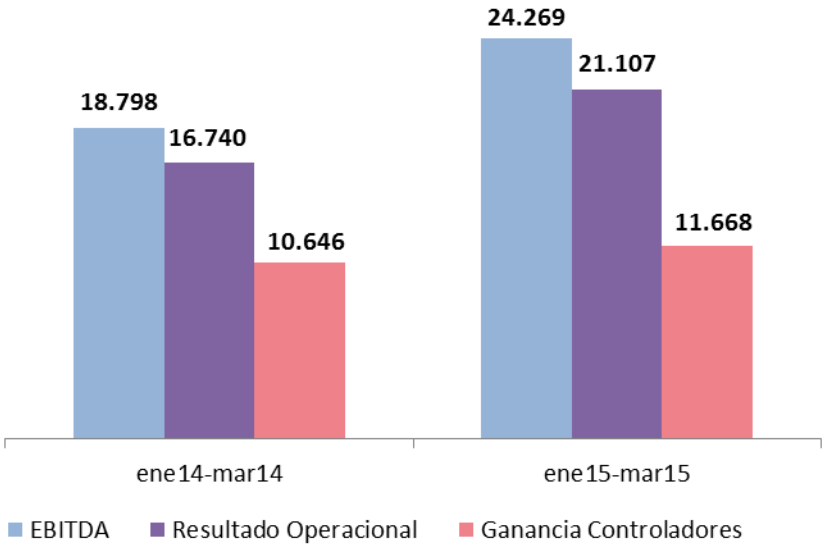
5. Evolución Trimestral de Resultados

Resumen Resultado Consolidado 1Q15





Resultado Consolidado ene15-mar15



- Variación EBITDA: +29,1%
- Variación Resultado Operacional: +13,1%
- Variación Ganancia Controladores: +9,6%

Contenido

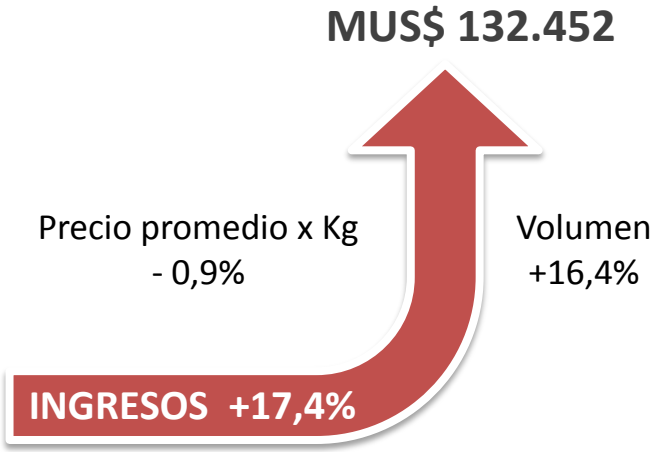
1. Estrategia Hortifrut
2. Resumen Resultado Consolidado primer trimestre 2015
3. Resumen Resultado Consolidado periodo Jul14-Mar15
4. Resultado por Segmento de Negocio
5. Evolución Trimestral de Resultados

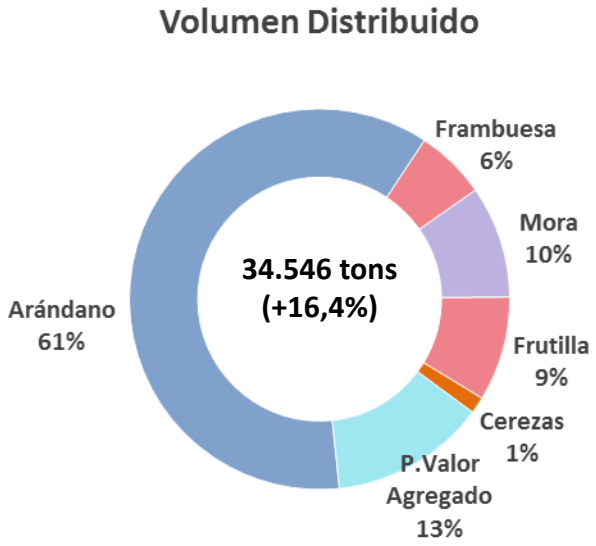
EBITDA de MUS$ 39.744 durante los 1° tres trimestres de la Temporada 2014-15

- Aumentando un 21,8% con respecto al EBITDA registrado en el mismo periodo de la temporada 2013-14

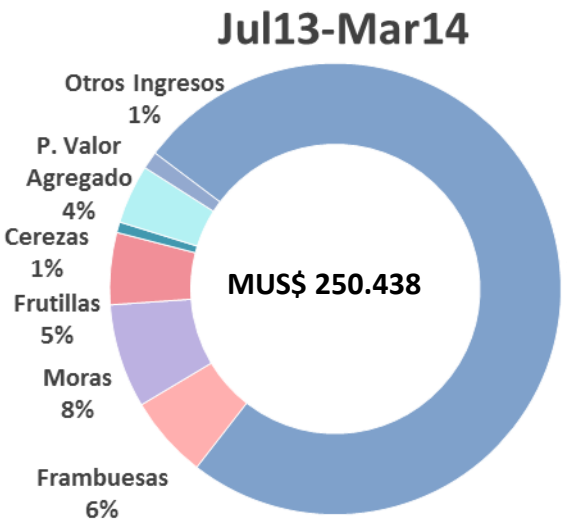
- El volumen distribuido aumento un 16,4% alcanzando las 34.546 toneladas, debido a todos los segmentos.

- Deterioro del 0,9% del precio promedio por kilo por todas las variedades menos los arándanos y los producto con valor agregado.



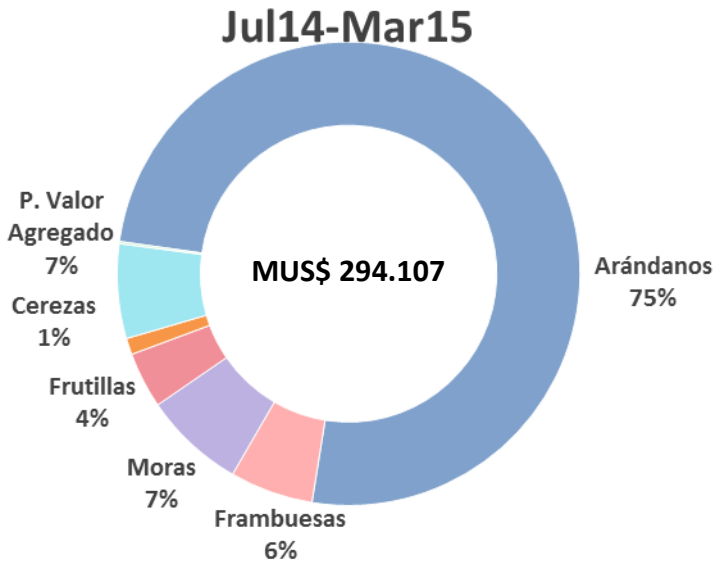


Evolución Ingresos Consolidados

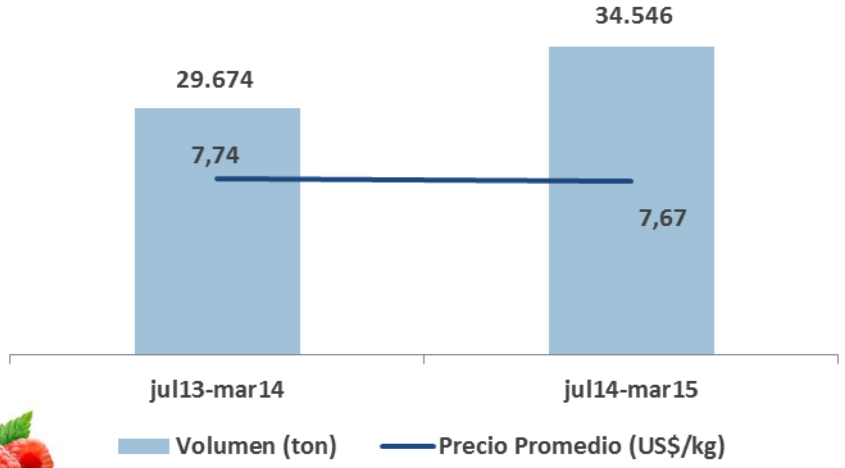


INGRESOS CONSOLIDADOS

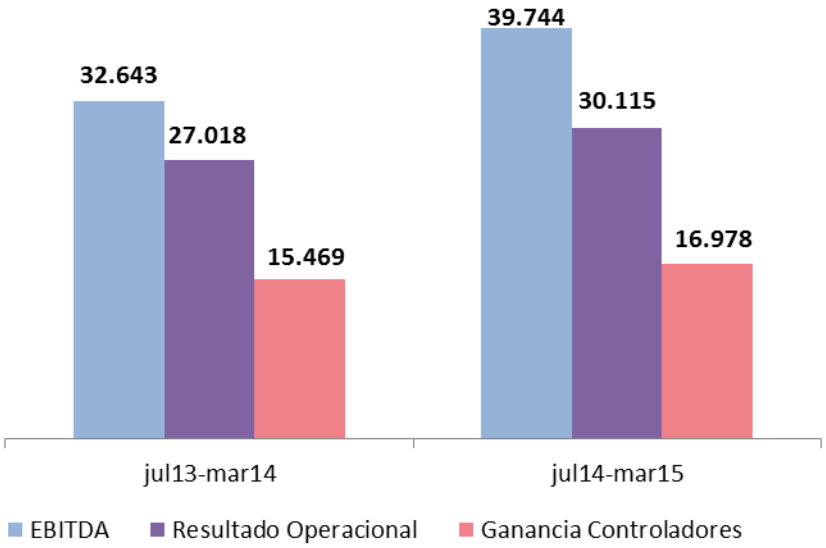
+17,4%



Volumen +16,4%
Precio Promedio por Kg
- 0,9%



Resultado Consolidado jul14-mar15



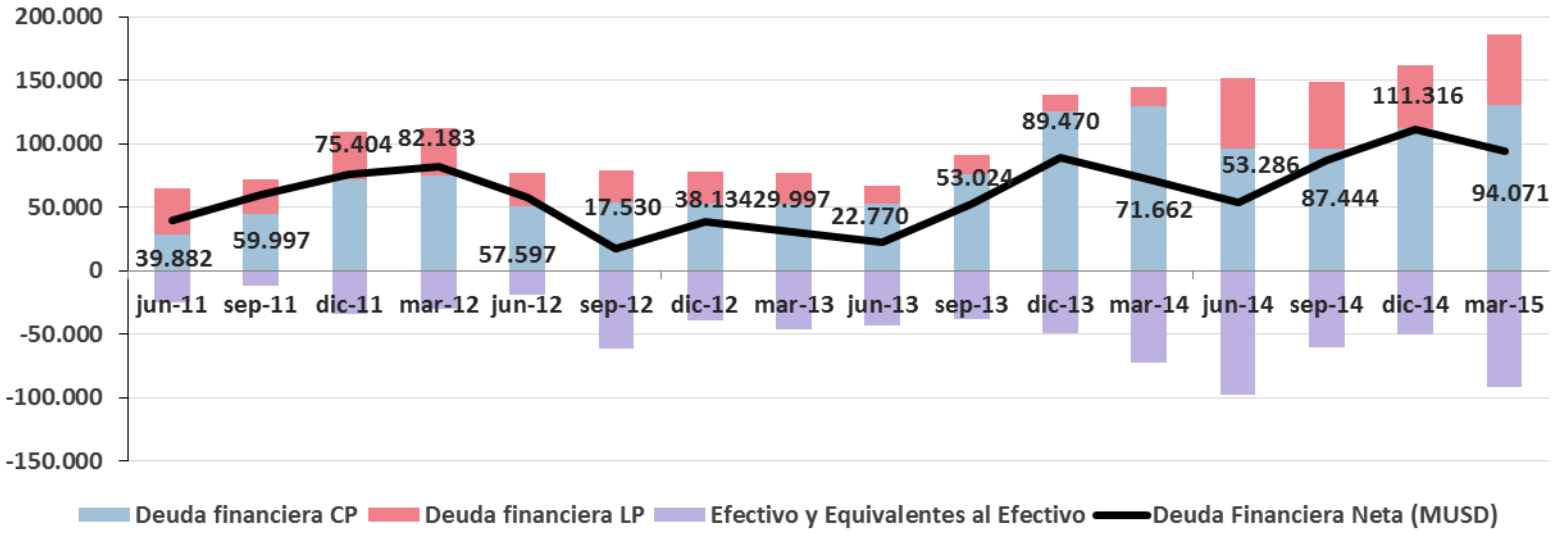
- Variación EBITDA: +21,8%
- Variación Resultado Operacional: +11,5%
- Variación Ganancia Controladores: +9,8%

Inversiones Julio 2014 – Marzo 2015

INVERSIONES JUL14-MAR15

MUSD 17.170

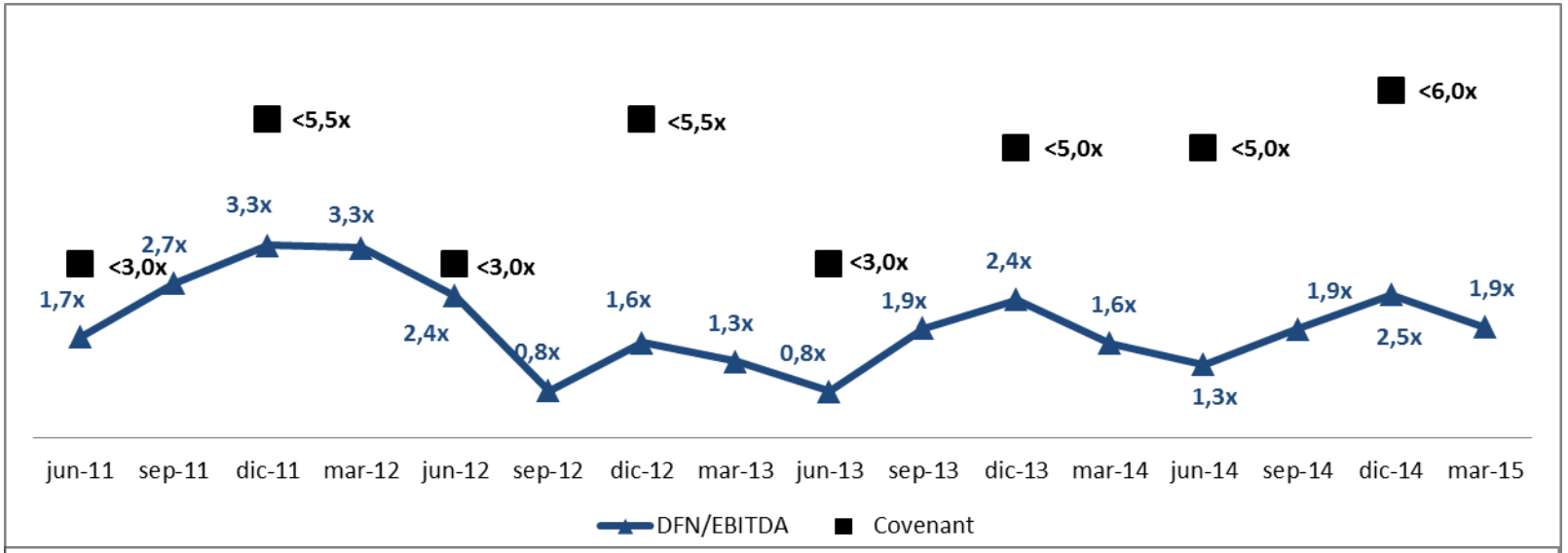
Deuda (MUSD)



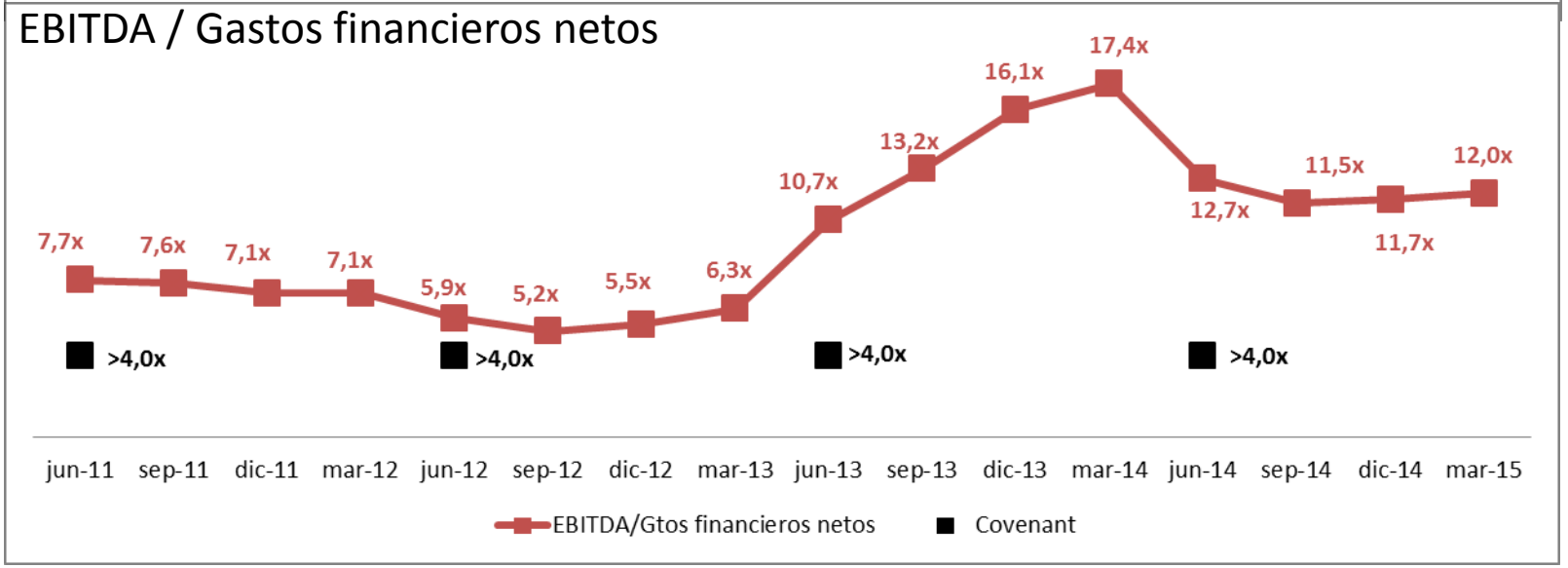
Caja (MUSD)

Convenants Deuda

Deuda financiera neta / EBITDA

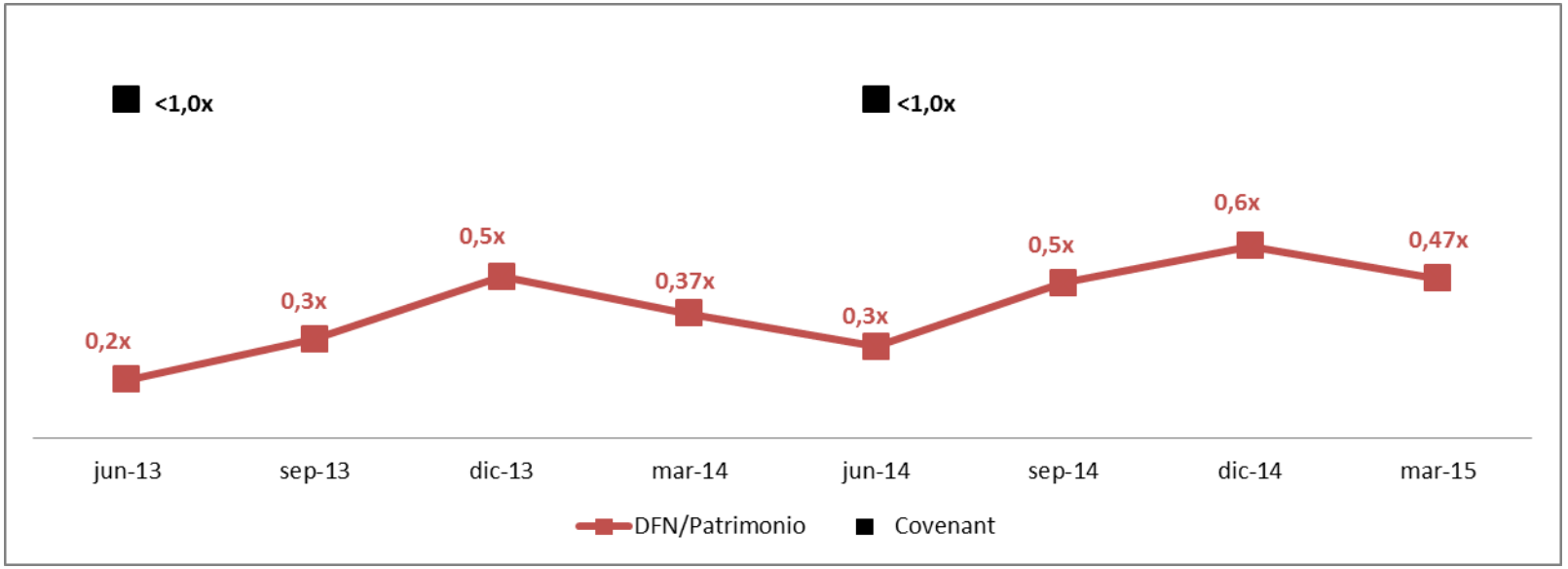


EBITDA / Gastos financieros netos



Convenants Deuda

Deuda financiera neta / Patrimonio



Contenido

1. Estrategia Hortifrut

2. Resumen Resultado Consolidado primer trimestre 2015

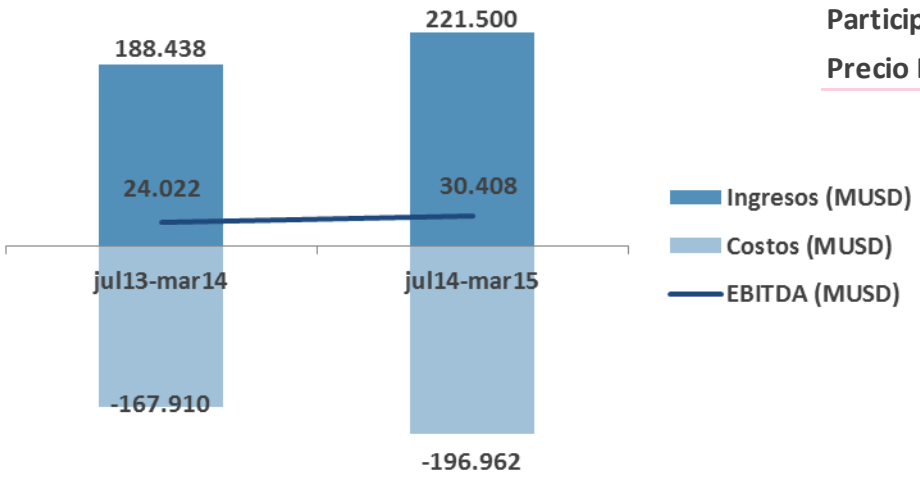
3. Resumen Resultado Consolidado periodo Jul14-Mar15

4. Resultado por Segmento de Negocio

5. Evolución Trimestral de Resultados

Arándanos

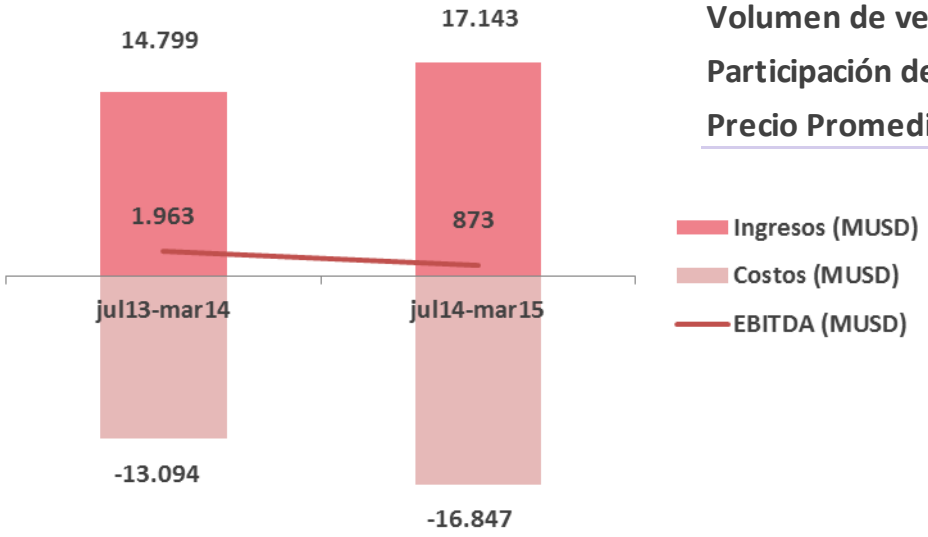
- **Crecimiento 17,5% de las ventas**: +13,7% volumen y aumento del 1,1% del precio promedio por kilo.
- El incremento del volumen distribuido se explica principalmente por la recuperación de kilos Chilenos, aumento de kilos Argentinos y la incorporación de los primeros kilos Peruanos.
- Precio influenciado por mejores precios orgánicos



Arándanos	jul13-mar14	jul14-mar15	Var %
Volumen de venta (kilos)	18.517.647	21.060.797	13,7%
Participación del total	62,4%	61,0%	
Precio Promedio (USD/kg)	9,06	9,16	1,1%

Frambuesas

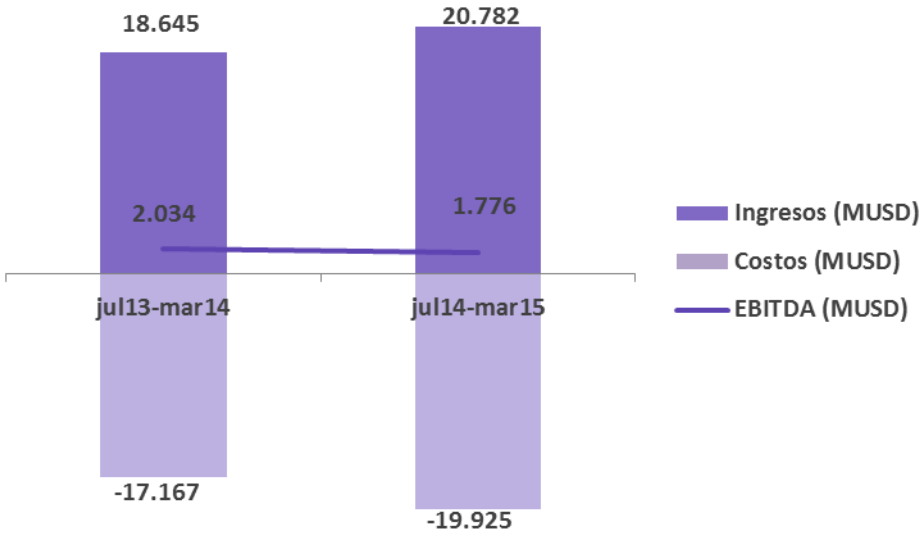
- **Aumento de ingresos del 15,8%:** +51,8% volumen y -23,7% precio promedio por kilo.
- Crecimiento del volumen se explica por buen comportamiento de las plantaciones en México.
- El precio promedio por kilo disminuye por aumento de volumen disponible en México.



Frambuesas	jul13-mar14	jul14-mar15	Var %
Volumen de venta (kilos)	1.363.768	2.070.847	51,8%
Participación del total	4,6%	6,0%	
Precio Promedio (USD/kg)	10,85	8,28	-23,7%

Moras

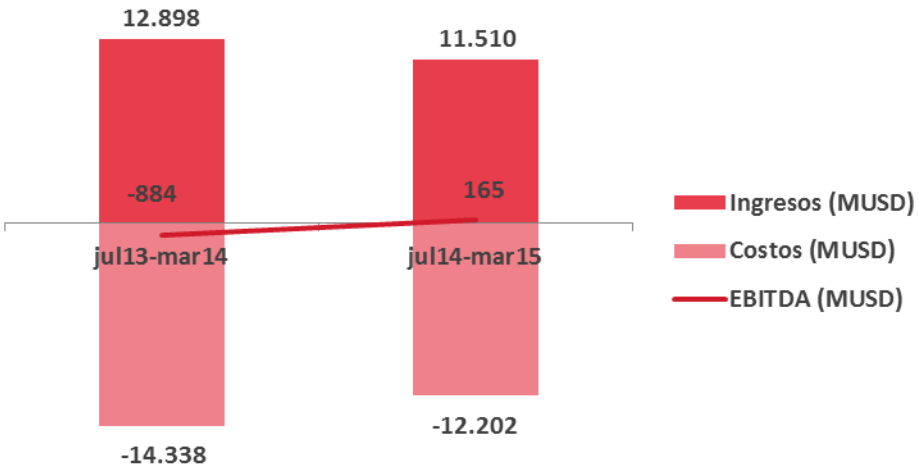
- **Aumento de 11,5% de las ventas**: 11,9% volumen y -0,4% precio promedio por kilo.
- Actualmente se comercializan principalmente fruta de productores terceros Mexicanos.
- Existen avances genéticos importantes en la selección de nuevas variedades de Moras remontantes



Moras	jul13-mar14	jul14-mar15	Var %
Volumen de venta (kilos)	2.945.425	3.295.033	11,9%
Participación del total	9,9%	9,5%	
Ingreso medio (USD/kg)	6,33	6,31	-0,4%

Frutillas

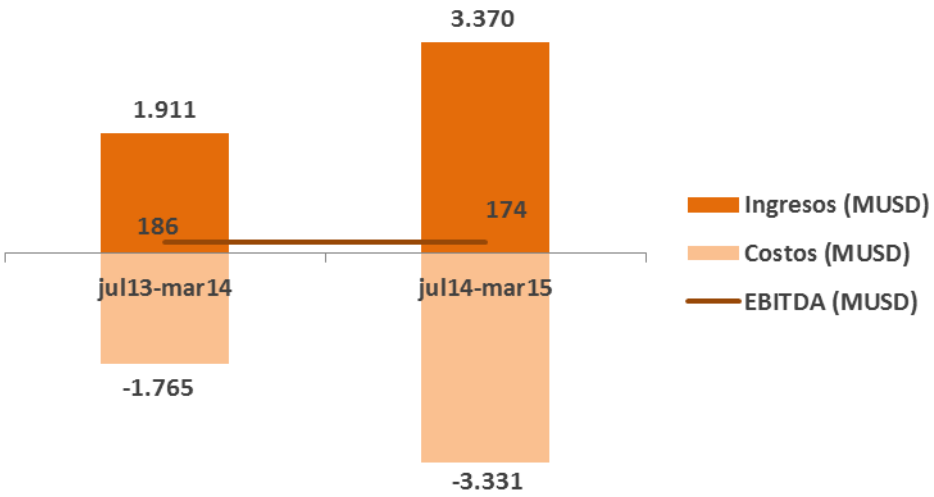
- **Disminución de 10,8% de las ventas**: 4,2% de crecimiento en el volumen que no alcanza a contrarrestar la caída de -14,3% del precio promedio por kilo.
- El incremento del volumen comercializado se explica por mayores volúmenes de la agrícola chilena y mayores volúmenes exportados desde México
- Disminución de los precio de las frutillas de todos los orígenes.



Frutillas	jul13-mar14	jul14-mar15	Var %
Volumen de venta (kilos)	2.948.615	3.071.083	4,2%
Participación del total	9,9%	8,9%	
Ingreso medio (USD/kg)	4,37	3,75	-14,3%

Cerezas

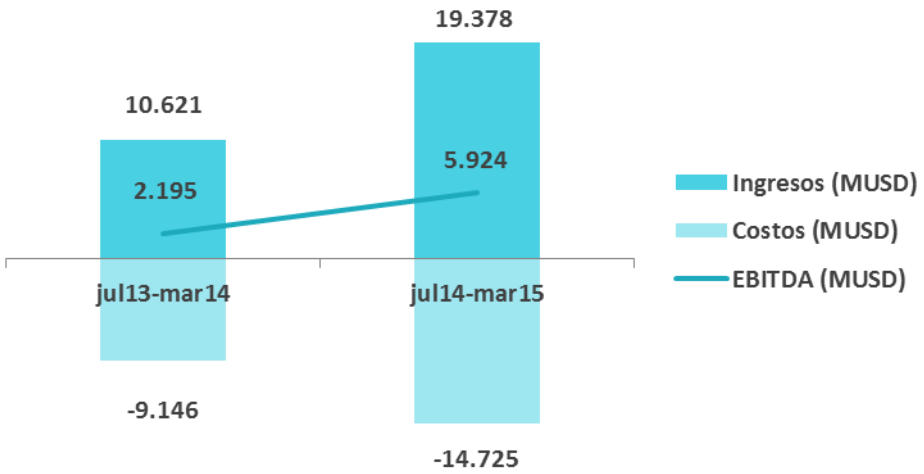
- **Aumento de +76,3% de las ventas** producto de un aumento de 537% del volumen distribuido. El precio promedio por kilo disminuyo un 72,3%.
- A pesar del aumento de los ingresos, el EBITDA se mantiene estable.



Cerezas	jul13-mar14	jul14-mar15	Var %
Volumen de venta (kilos)	76.580	487.800	537,0%
Participación del total	0,3%	1,4%	
Ingreso medio (USD/kg)	24,95	6,91	-72,3%

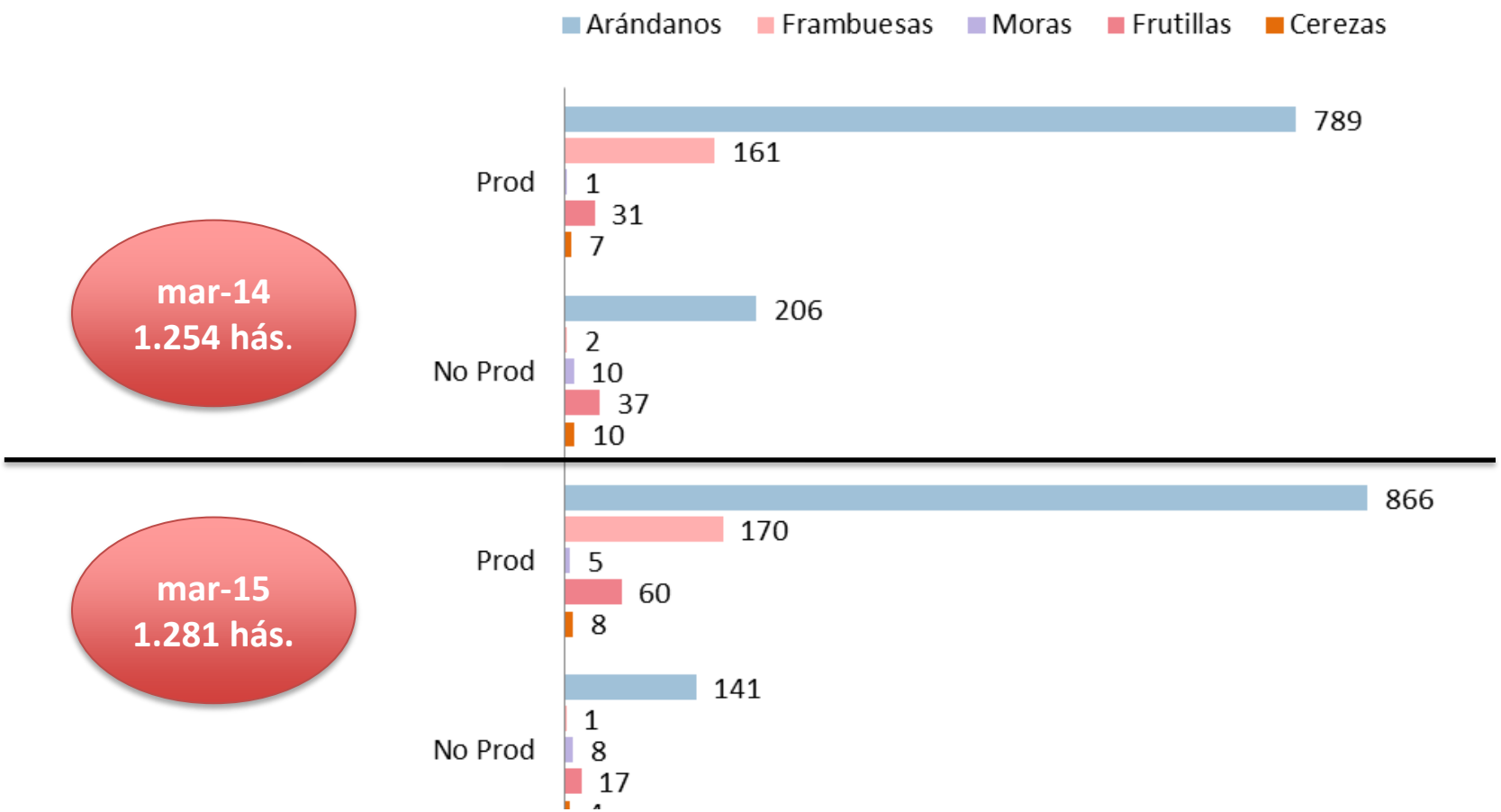
Productos Valor Agregado

- **Crecimiento del 82,5% de las ventas**: +19,3% volumen y +52,9% precio promedio por kilo.
- A la mejora del Resultado Operacional contribuyó también la utilidad generada en la entrega de servicios de procesamiento de fruta a terceros.



Productos con Valor Agregado	jul13-mar14	jul14-mar15	Var %
Volumen de venta (kilos)[4]	3.821.496	4.560.912	19,3%
Participación del total	12,9%	13,2%	
Ingreso medio (USD/kg)	2,78	4,25	52,9%

Evolución Hectáreas Plantadas



Contenido

1. Estrategia Hortifrut

2. Resumen Resultado Consolidado primer trimestre 2015

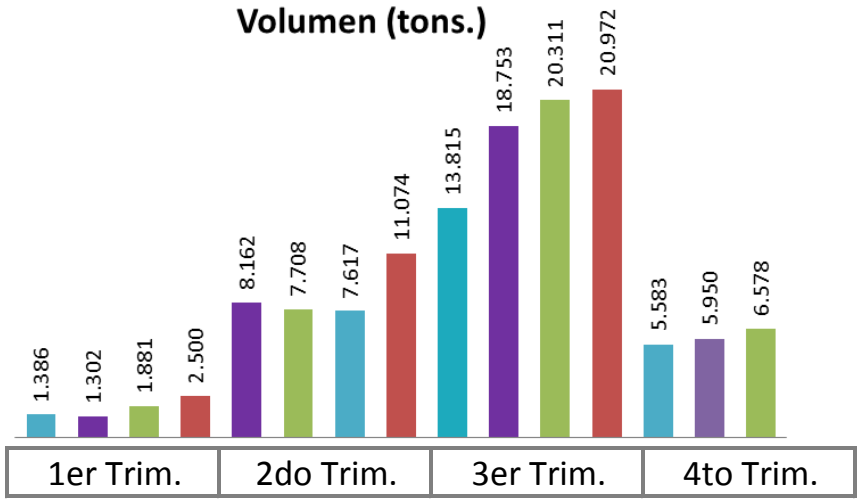
3. Resumen Resultado Consolidado periodo Jul14-Mar15

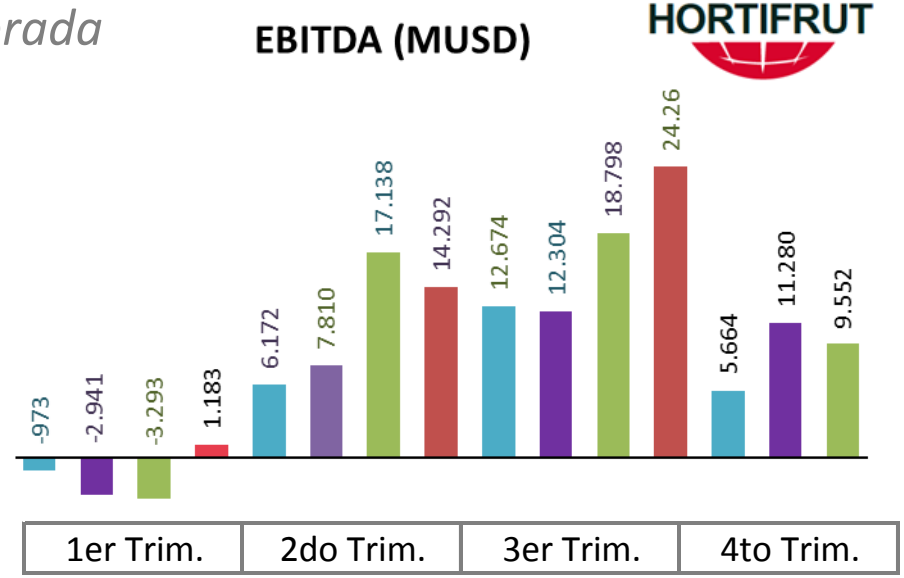
4. Resultado por Segmento de Negocio

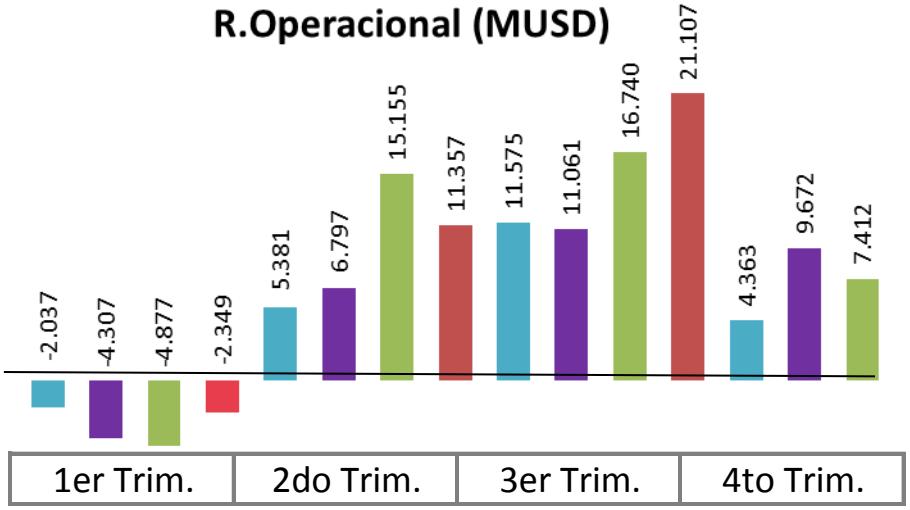
5. Evolución Trimestral de Resultados

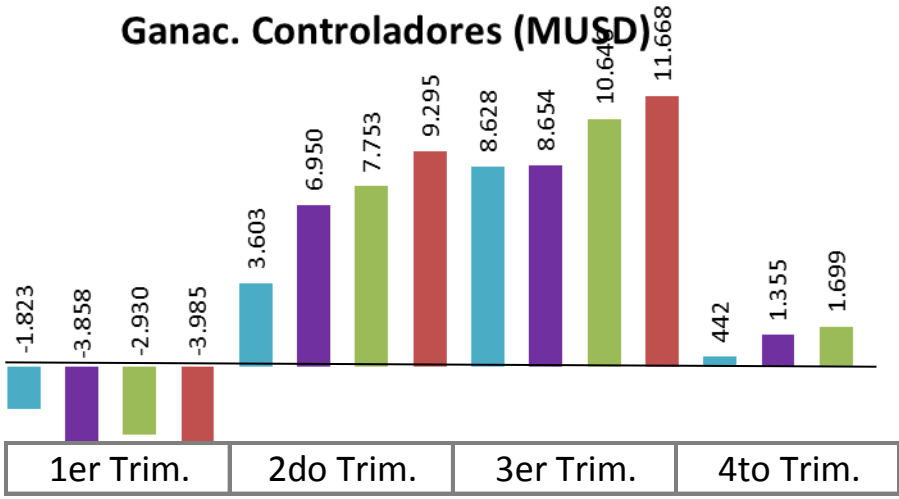
Evolución Trimestral de Resultados

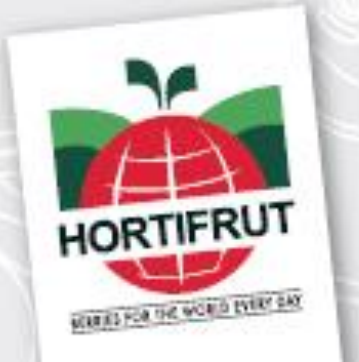
Refleja ciclo del negocio durante la temporada









T 11/12 T12/13 T13/14 T14/15

www.hortifrut.com