



INFORME DE RESULTADOS SEGUNDO TRIMESTRE 2015

08 de Septiembre 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. Hechos Relevantes
2. Resumen Resultado Consolidado Primer Semestre 2015
3. Resumen Resultado Consolidado periodo Jul14-Jun15
4. Resultado por Segmento de Negocio
5. Evolución Trimestral de Resultados



Hechos Relevantes

1. Status Proyecto Perú (Trujillo)

- En junio de 2015 se terminó de plantar la Etapa 2 de 230 hectáreas
- Se suma a las 67 hectáreas de la Etapa 1 plantadas la T13-14
- Faltan por plantar 190 hectáreas en 2 etapas más
 - 90 hectáreas en enero de 2016
 - 100 hectáreas entre agosto y septiembre de 2016



Planta de 2 años de edad



Hechos Relevantes



1. Status Proyecto Perú (Trujillo)



Hechos Relevantes



1. Status Proyecto Perú (Trujillo)



Hechos Relevantes

1. Status Proyecto Perú (Trujillo)





Hechos Relevantes

2. Compra Planta Molina (Productos de Valor Agregado)

- Durante el mes de julio de 2015 se firmó la Promesa de Compraventa de la Planta de Molina con Iansagro S.A.
- Se espera firmar la Compraventa durante el mes de septiembre



Contenido

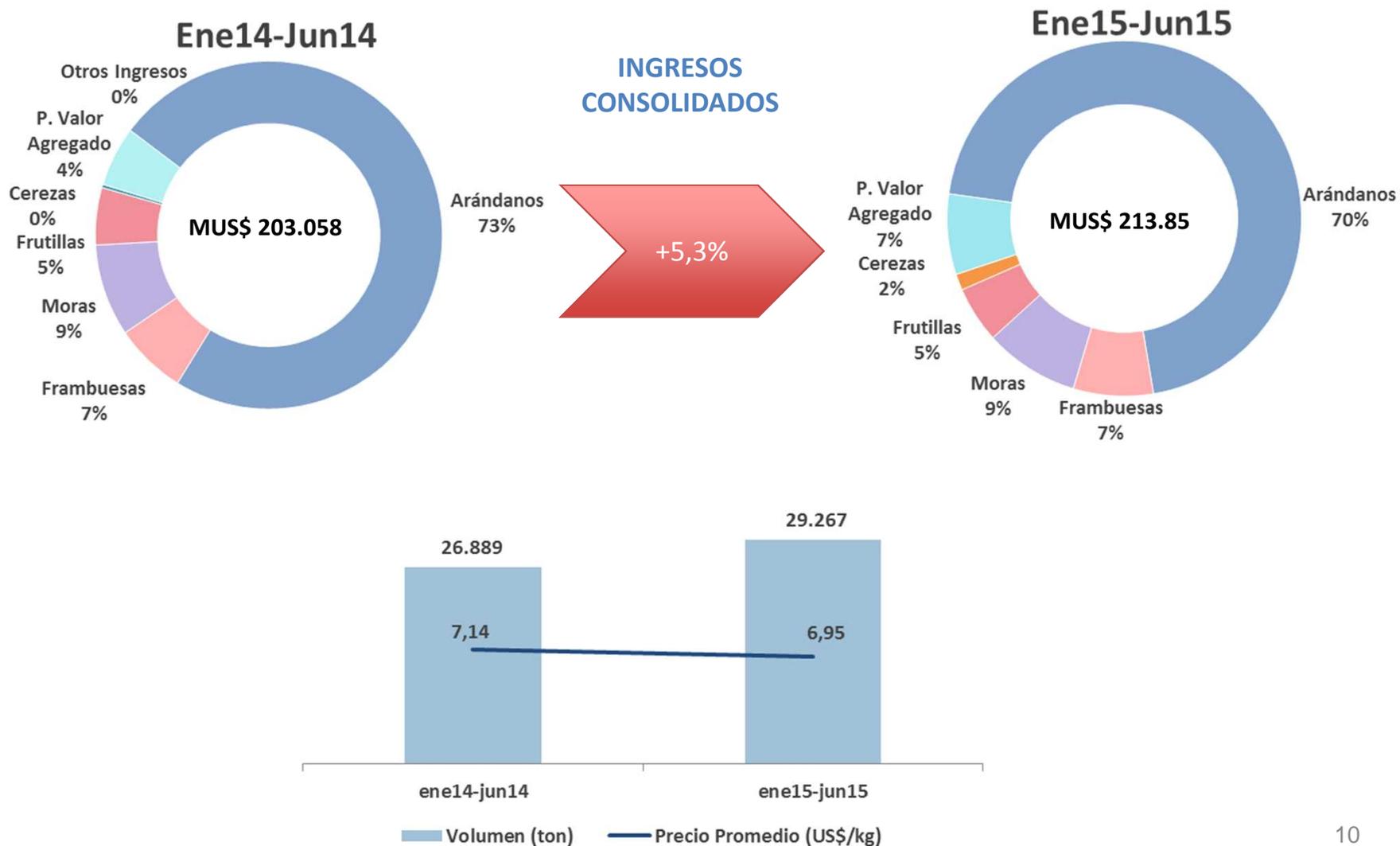


1. Hechos Relevantes
2. Resumen Resultado Consolidado Primer Semestre 2015
3. Resumen Resultado Consolidado periodo Jul14-Jun15
4. Resultado por Segmento de Negocio
5. Evolución Trimestral de Resultados

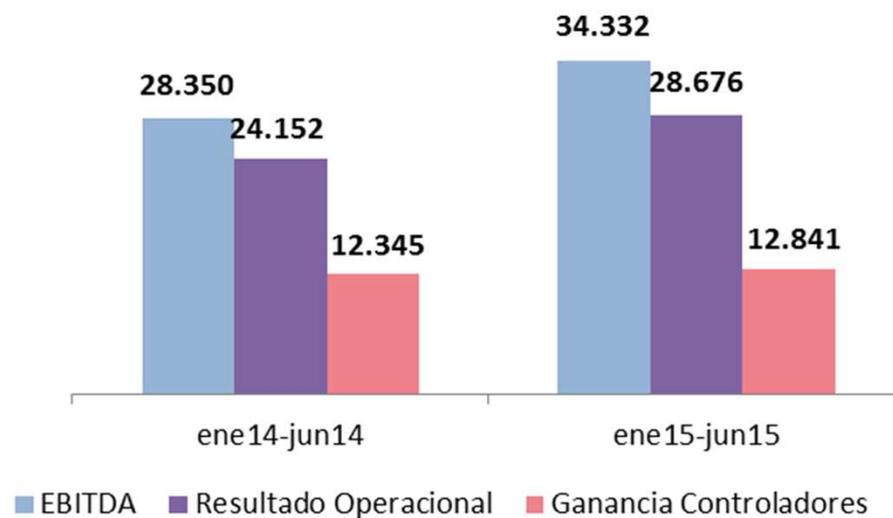




Resumen Resultado Consolidado 2Q15



Resultado Consolidado ene15-jun15



- Variación EBITDA: +21,1%
- Variación Resultado Operacional: +18,7%
- Variación Ganancia Controladores: + 4,0%



Contenido



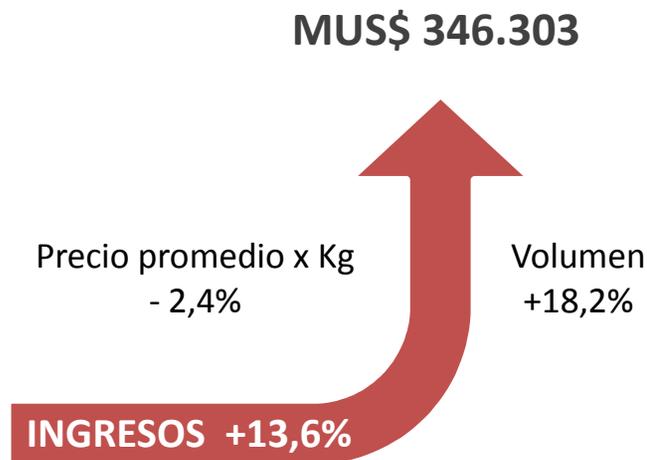
1. Hechos Relevantes
2. Resumen Resultado Consolidado Primer Semestre 2015
3. Resumen Resultado Consolidado periodo Jul14-Jun15
4. Resultado por Segmento de Negocio
5. Evolución Trimestral de Resultados



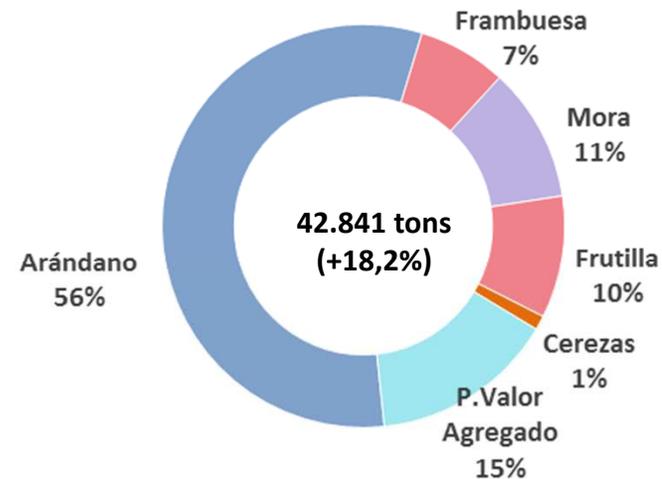
EBITDA de MUS\$ 49.807 durante la temporada 2014-15



- Aumentando un 18,0% con respecto al EBITDA registrado en la temporada 2013-14
- El volumen distribuido aumentó un 18,2% alcanzando las 42.841 toneladas, con crecimiento en todos los segmentos del negocio.
- Deterioro del 2,4% del precio promedio por kilo para todas las variedades, salvo los productos con valor agregado.



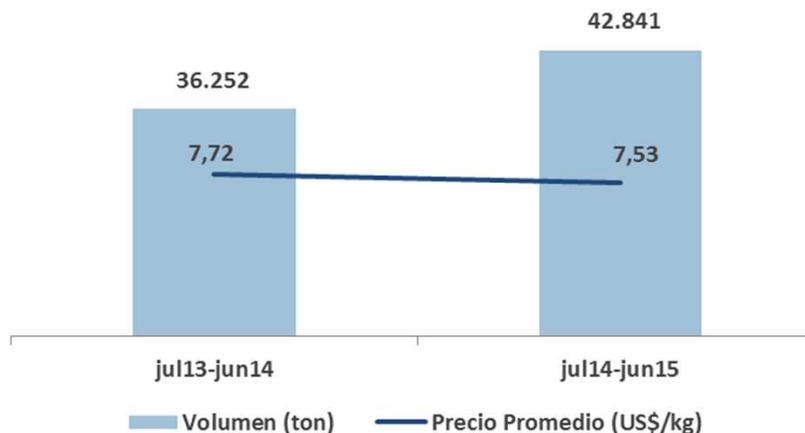
Volumen Distribuido



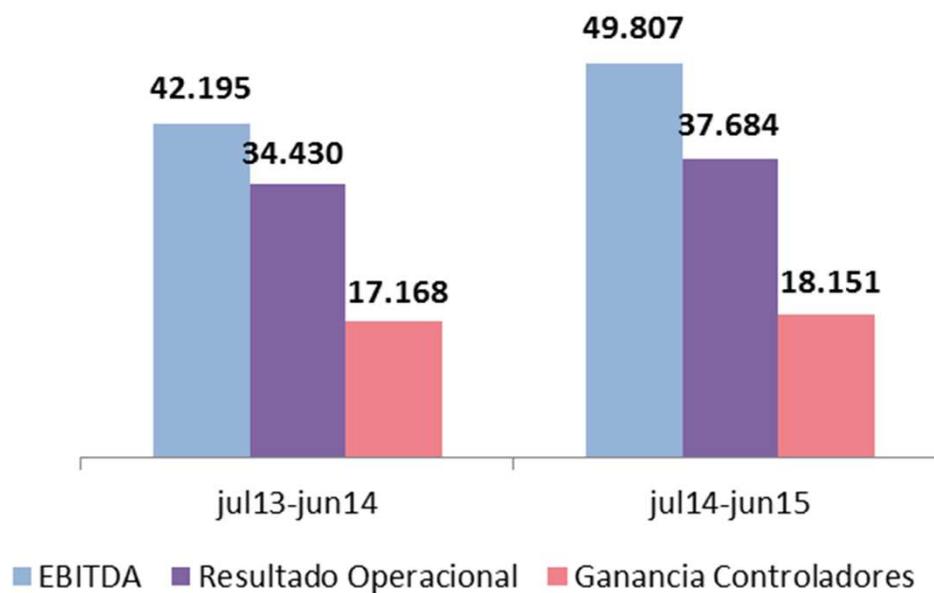
Evolución Ingresos Consolidados



Volumen +18,2%
 Precio Promedio por Kg
 - 2,4%



Resultado Consolidado Julio 14 – Junio 15

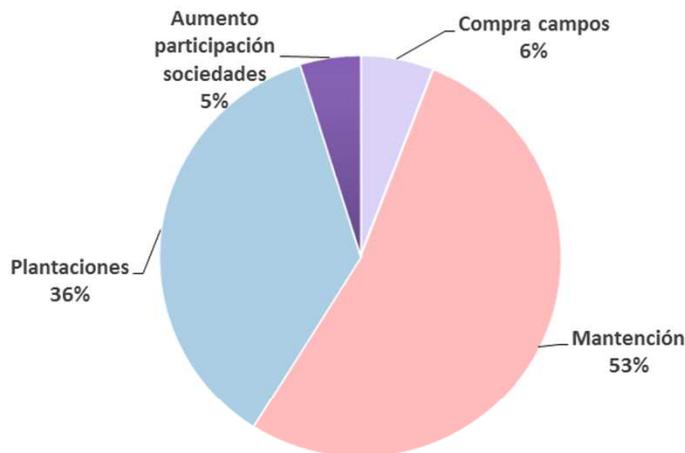


- Variación EBITDA: +18,0%
- Variación Resultado Operacional: + 9,5%
- Variación Ganancia Controladores: + 5,7%

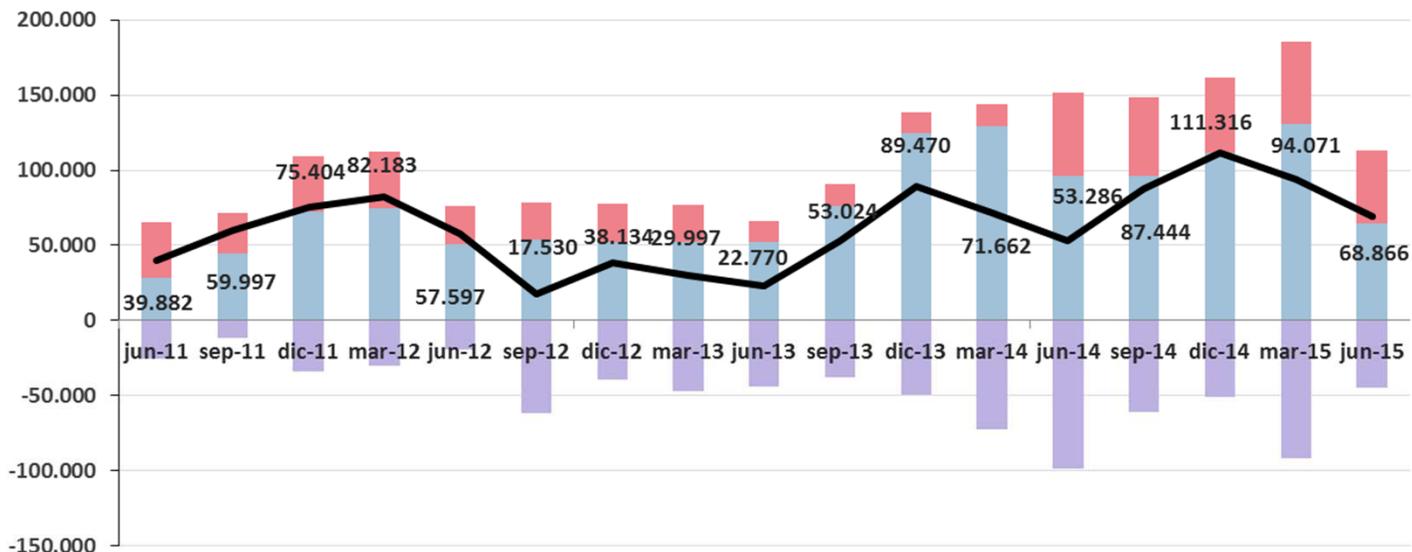


Inversiones Julio 14 – Junio 15

MUSD 21.984



Deuda (MUSD)



Caja (MUSD)

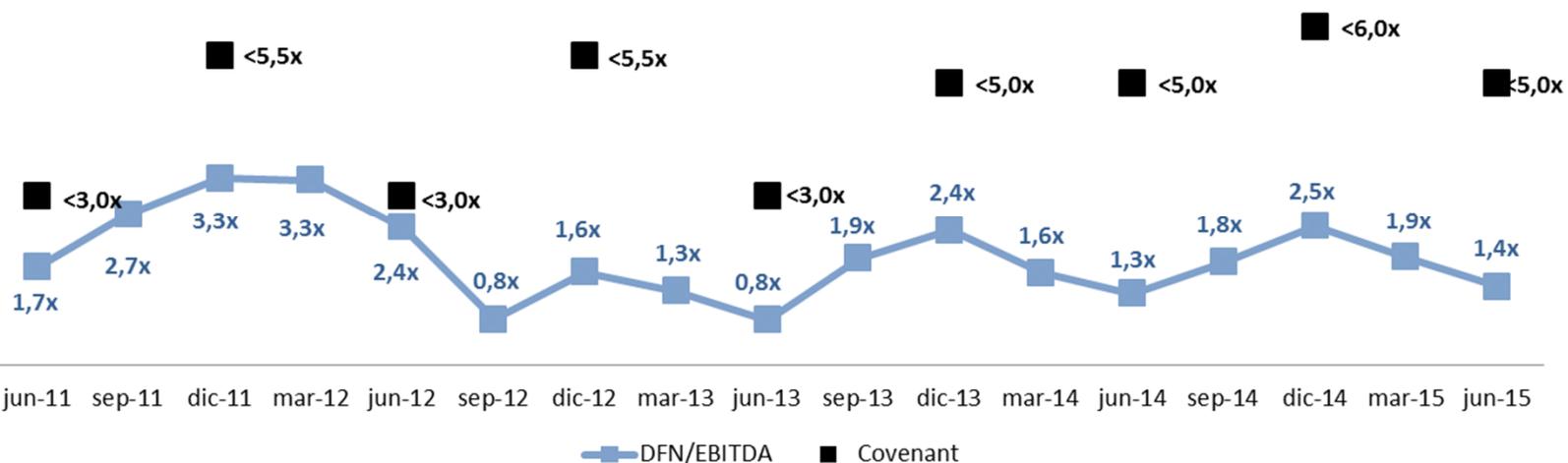
Deuda financiera CP Deuda financiera LP Efectivo y Equivalentes al Efectivo Deuda Financiera Neta (MUSD)



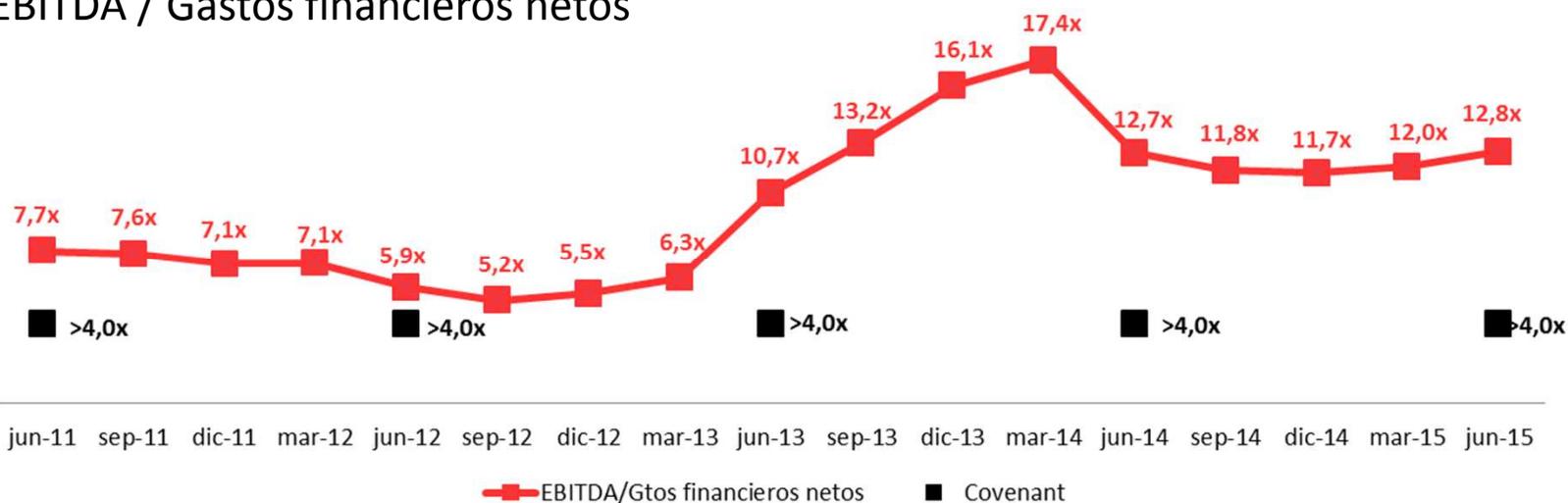


Convenants Deuda

Deuda financiera neta / EBITDA

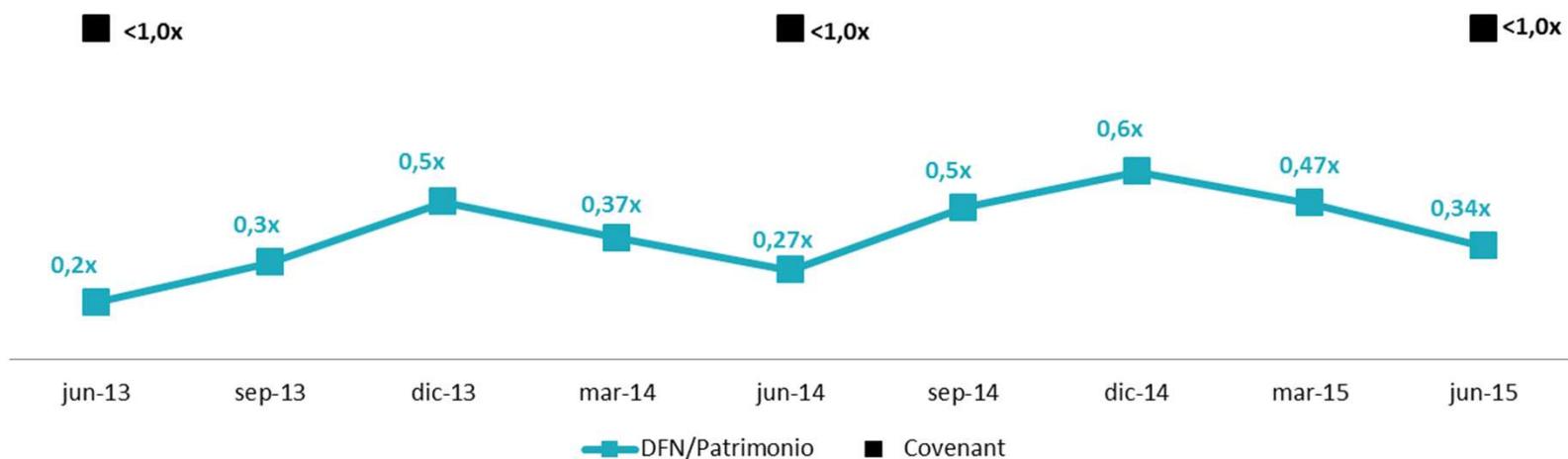


EBITDA / Gastos financieros netos



Convenants Deuda

Deuda financiera neta / Patrimonio Total



Contenido



1. Hechos Relevantes
2. Resumen Resultado Consolidado Primer Semestre 2015
3. Resumen Resultado Consolidado periodo Jul14-Jun15
4. Resultado por Segmento de Negocio
5. Evolución Trimestral de Resultados





Arándanos



- **Crecimiento 10,0% de las ventas:** +12,3% volumen y -0,2% 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 kilos peruanos.

Arándanos	jul13-jun14	jul14-jun15	Var %
Volumen de venta (kilos)	21.499.679	24.148.195	12,3%
Participación del total	59,3%	56,4%	
Precio Promedio (USD/kg)	9,18	9,17	-0,2%

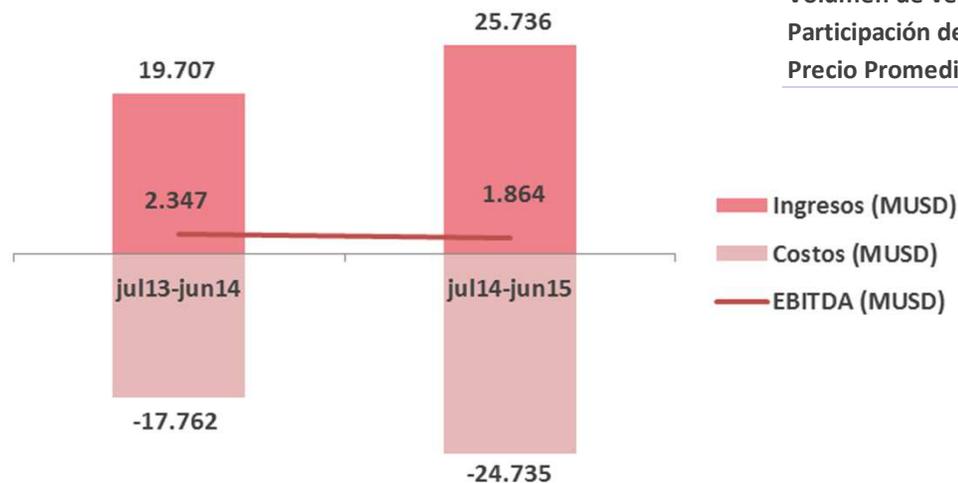




Frambuesas



- **Aumento de ingresos del 30,6%:** +61,7% volumen y -19,3% 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.



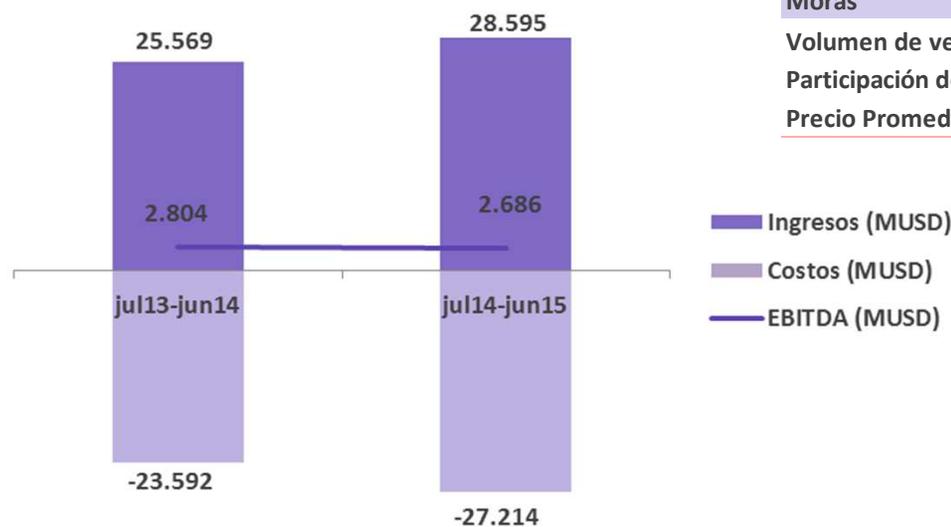
Frambuesas	jul13-jun14	jul14-jun15	Var %
Volumen de venta (kilos)	1.886.021	3.050.306	61,7%
Participación del total	5,2%	7,1%	
Precio Promedio (USD/kg)	10,45	8,44	-19,3%



Moras



- **Aumento de 11,8% de las ventas:** +19,0% volumen y -6,1% precio promedio por kilo.
- Actualmente se comercializan principalmente fruta de productores terceros mexicanos.
- La reducción del precio se debe a mayor disponibilidad de esta fruta en el mercado.
- Existen avances genéticos importantes en la selección de nuevas variedades de moras remontantes.



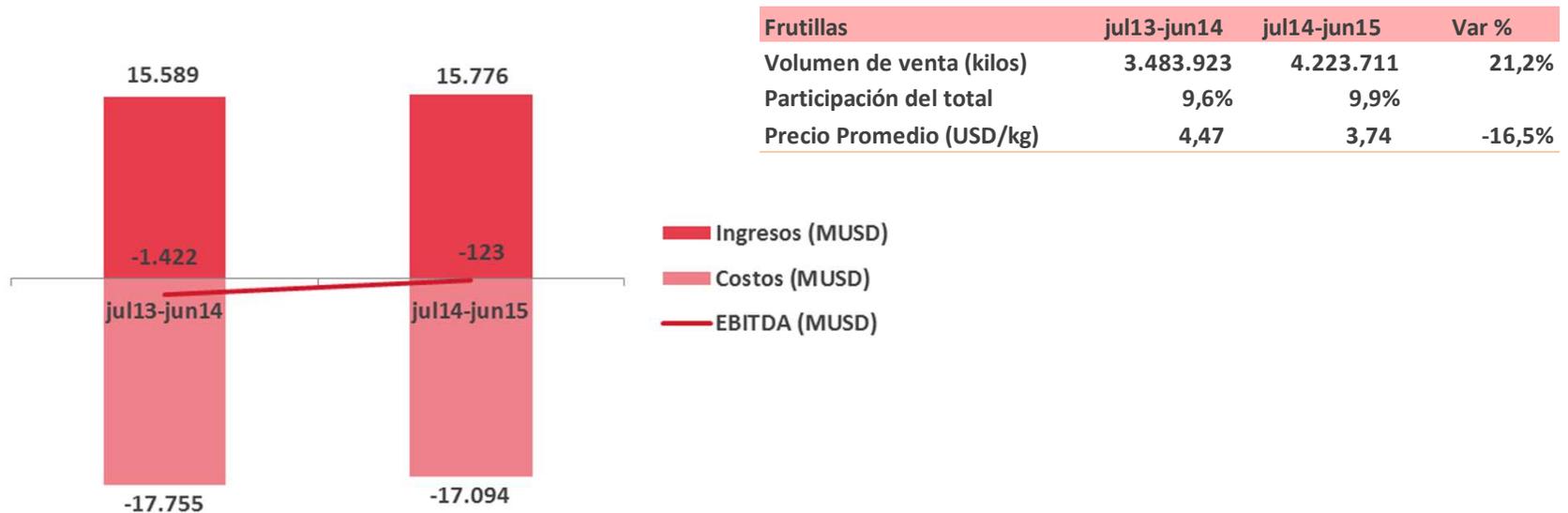
Moras	jul13-jun14	jul14-jun15	Var %
Volumen de venta (kilos)	3.875.627	4.613.875	19,0%
Participación del total	10,7%	10,8%	
Precio Promedio (USD/kg)	6,60	6,20	-6,1%



Frutillas



- **Expansión de 1,2% de las ventas:** +21,2% volumen y -16,5% precio promedio por kilo.
- El incremento del volumen comercializado se explica por mayores volúmenes de la agrícola chilena y mayores volúmenes exportados desde México (pertenecientes a productores terceros).
- Disminución de los precio de las frutillas de todos los orígenes.

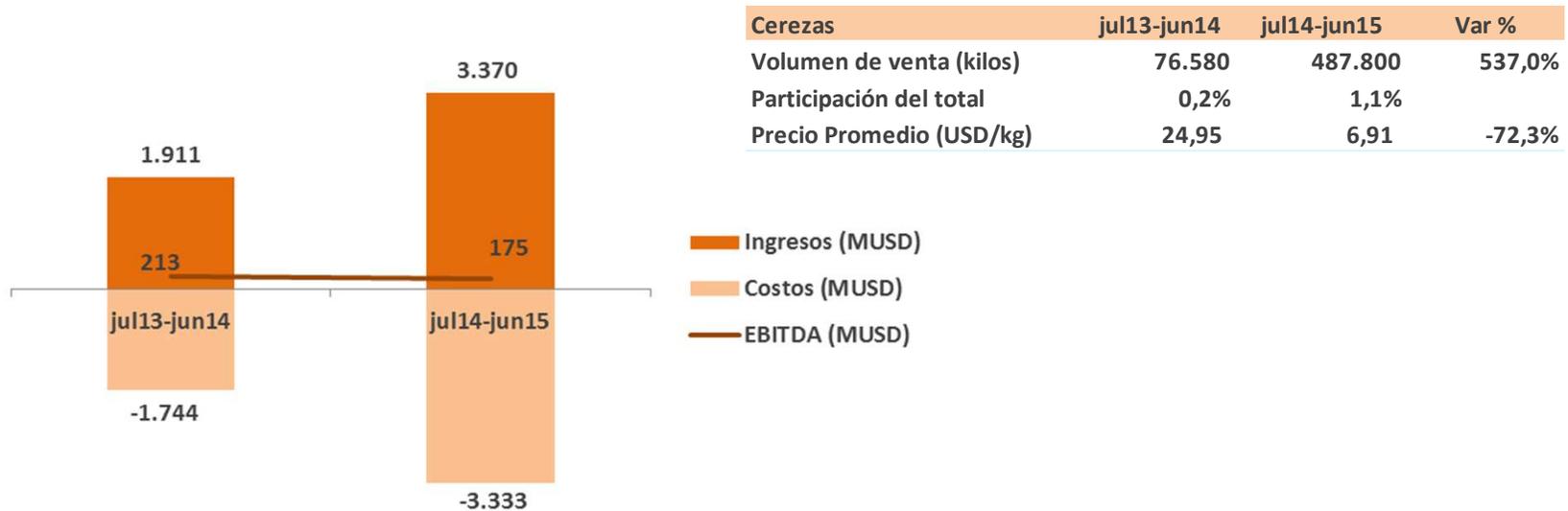




Cerezas



- **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.

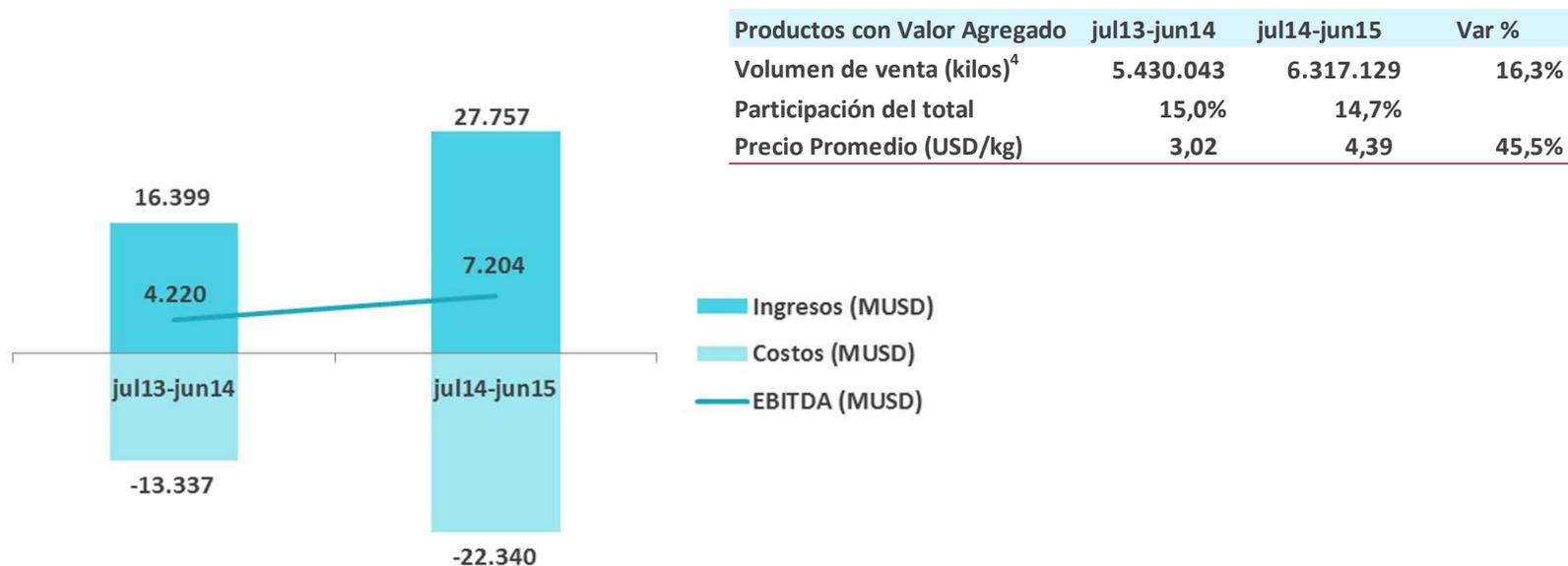




Productos Valor Agregado



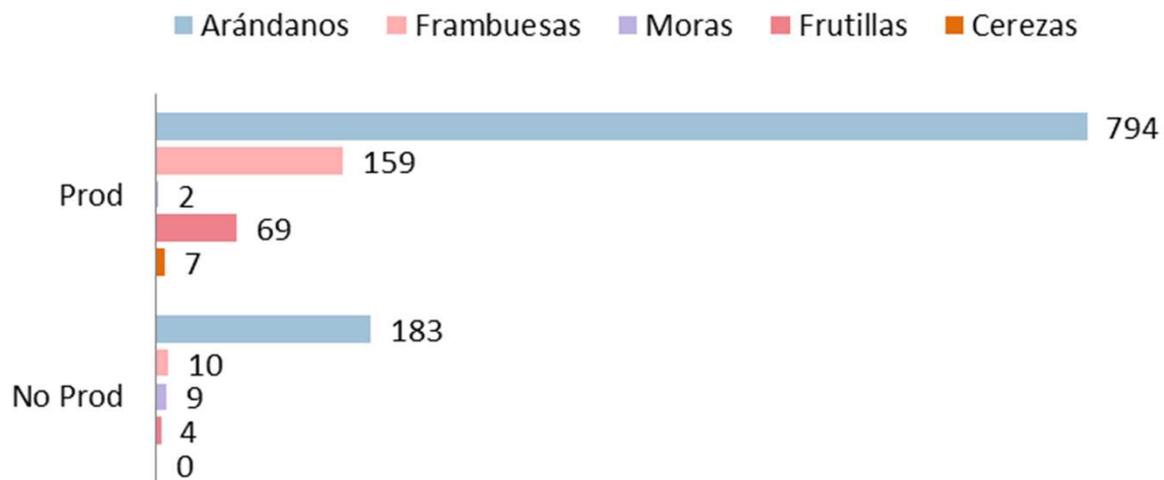
- **Crecimiento del 69,3% de las ventas:** +16,3% volumen y +45,5% precio promedio por kilo.
- A la mejora del Resultado Operacional contribuyó también la utilidad generada en la entrega de servicios de procesamiento de fruta a terceros.



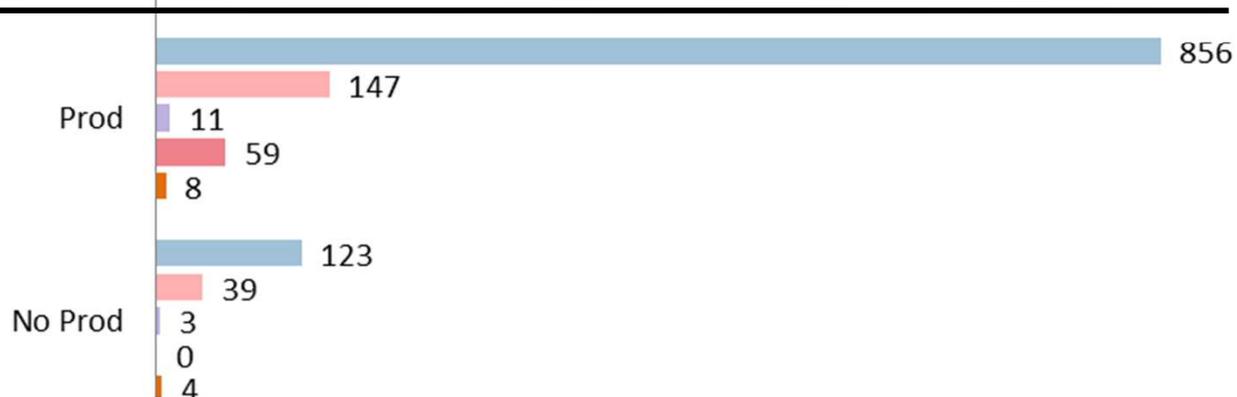
Evolución Hectáreas Plantadas



jun-14
1.236 hás.



jun-15
1.250 hás.



Contenido



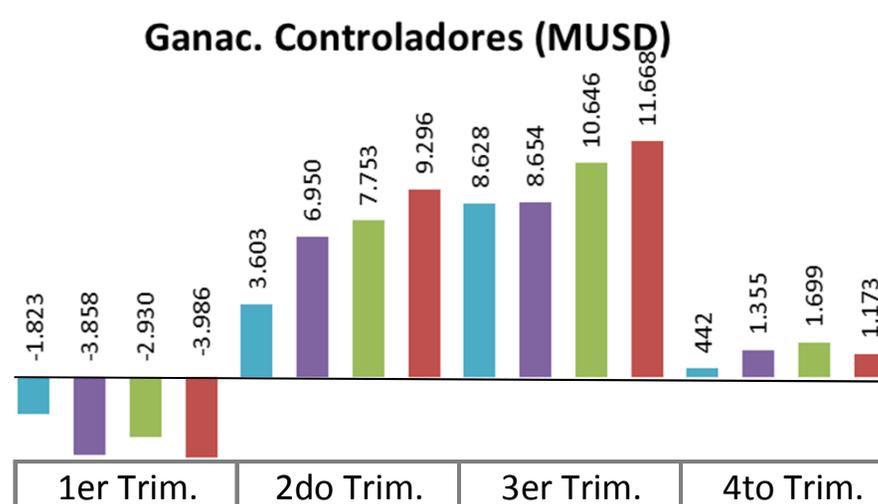
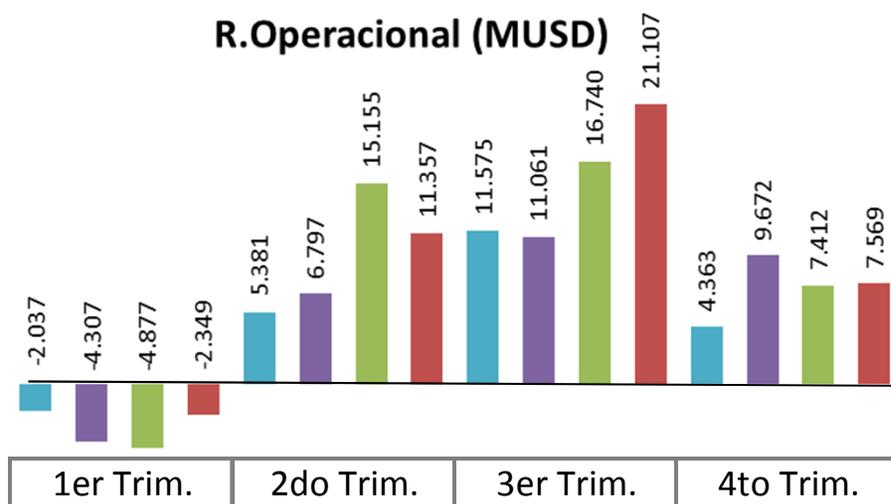
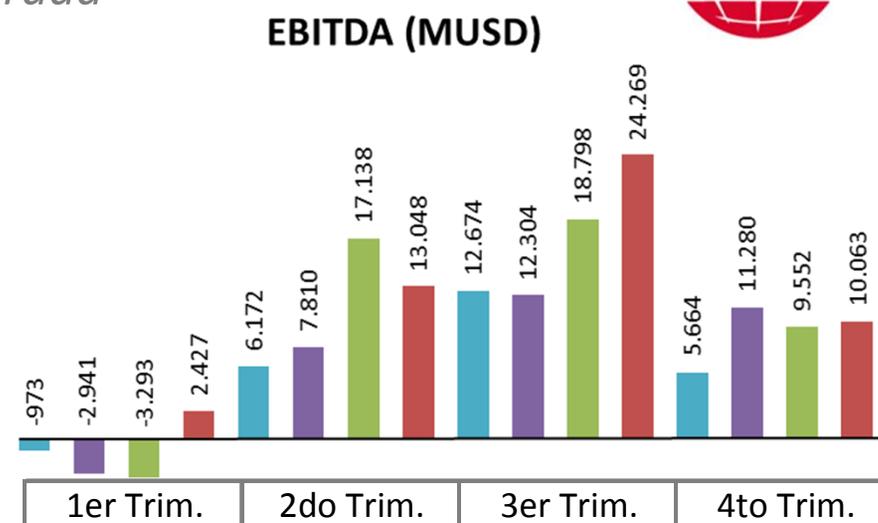
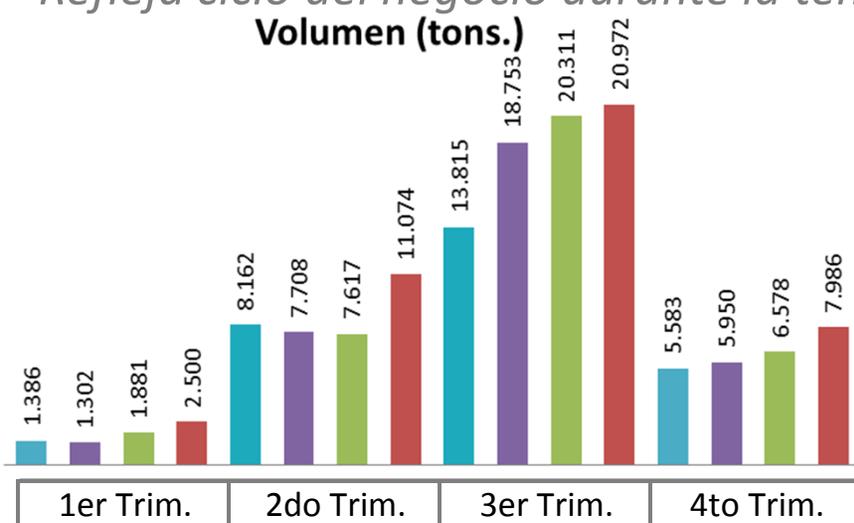
1. Hecho Relevantes
2. Resumen Resultado Consolidado Primer Semestre 2015
3. Resumen Resultado Consolidado periodo Jul14-Jun15
4. Resultado por Segmento de Negocio
5. Evolución Trimestral de Resultados





Evolución Trimestral de Resultados

Refleja ciclo del negocio durante la temporada



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

www.hortifrut.com

