



EXPERIENCIA DE LA FRUTA CHILENA Y SU ESTRATEGIA DE MARKETING INTERNACIONAL



  
INTERNACIONAL  
PROMOCIONADORA

RONALD BOWN F  
PRESIDENTE  
ASOCIACION DE EXPORTADORES DE CHILE A.G  
NOV. 2007  
[WWW.CHILEANFRESHFRUIT.COM](http://WWW.CHILEANFRESHFRUIT.COM)  
[WWW.ASOEX.CL](http://WWW.ASOEX.CL)



## AGENDA

1. INDUSTRIA FRUTICOLA CHILENA
2. MERCADO FRUTICOLA MUNDIAL
3. ESTRATEGIA DE LA INDUSTRIA FRUTICOLA NACIONAL DE EXPORTACION
4. FUNDAMENTOS DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING
5. ESTRUCTURA Y ORGANIZACION DE MARKETING
6. ACTIVIDADES DE PROMOCION EN EL EXTERIOR
7. COMENTARIOS FINALES



## ASOCIACION DE EXPORTADORES DE CHILE A.G (ASOEX) ROL DEL SECTOR PRIVADO



- ENTIDAD PRIVADA SIN FINES DE LUCRO
- FUNDADA EN 1935
- MIEMBROS: EXPORTADORES Y PRODUCTORES-EXPORTADORES. TRADERS
- 232 COMPAÑIAS ASOCIADAS
- SOCIOS REPRESENTAN EL 92% DEL VOLUMEN EXPORTADO Y EL 50% DE LA PRODUCCION FRUTÍCOLA NACIONAL
- DIRECTORIO REPRESENTADO POR EXPORTADORES, EXPORTADORES / PRODUCTORES Y TRADERS.
- ADMINISTRACIÓN PROFESIONAL, NO LIGADA A LA ACTIVIDAD



Asociación de Exportadores de Chile

## ASOCIACION DE EXPORTADORES DE CHILE A.G (ASOEX)

### OBJETIVOS:



- FACILITAR EL PROCESO EXPORTADOR
- DEFENSA DE LOS INTERESES DEL SECTOR
- APERTURA Y DEFENSA DE LOS MERCADOS
- ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN EN EL EXTERIOR
- ADMINISTRACIÓN DE CONVENIOS FITOSANITARIOS
- SITIOS DE INSPECCIÓN REGIONALES
- INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO (CONSORCIO FRUTÍCOLA)
- INNOVACIÓN Y FOMENTO (AGENTE OPERADOR CORFO)
- CAPACITACIÓN
- PROVEER INFORMACIÓN TÉCNICA DE APOYO A LA INDUSTRIA

Chilean Fresh Fruit Industry



Asociación de Exportadores de Chile

## ASOCIACION DE EXPORTADORES DE CHILE A.G (ASOEX)

### OBJETIVOS (CONTINUACION)



- PROMOVER LA ASOCIATIVIDAD ENTRE SUS MIEMBROS Y SINERGIAS CON TERCEROS (EN CHILE Y EL EXTERIOR)
- ORGANIZACIÓN DE SEMINARIOS TÉCNICO-COMERCIALES
- INCORPORACIÓN DE MAYOR CANTIDAD DE AGENTES EXPORTADORES, ESPECIALMENTE MEDIANOS Y PEQUEÑOS
- RESPONDER A LAS DEMANDAS Y PROBLEMAS INTERNACIONALES DE UNA MANERA EFECTIVA, EFICIENTE Y OPORTUNA
- CONTRIBUIR A MANTENER ALTOS NIVELES DE COMPETENCIA Y COMPETITIVIDAD EN EL SECTOR
- ACCIONES DE BENEFICIO COMÚN
- CONTRIBUIR A LA TRANSPARENCIA EN EL SECTOR

Chilean Fresh Fruit Industry



Asociación de Exportadores de Chile

**INDUSTRIA FRUTICOLA CHILENA**  
 INFORMACION GENERAL DE LA INDUSTRIA

AÑO	MILLONES US\$ FOB	TONELADAS (000)
1970	15	S/I
1975	39	S/I
1980	168	261
1985	356	533
1990	747	1,040
1995	1,162	1,310
1996	1,346	1,439
1997	1,292	1,321
1998	1,363	1,469
1999	1,359	1,549
2000	1,391	1,400
2001	1,398	1,600
2002	1,550	1,752
2003	1,650	1,899
2004	1,750	2,107
2005	1,800	2,143
2006	2,000	2,182
2007	2,350	2,430

- MAS DE 7.800 PRODUCTORES (SOBRE 5 HA)
- 518 COMPAÑÍAS EXPORTADORAS
- MAS DE 1.300 IMPORTADORES EN EL MUNDO
- 250.000 HECTAREAS PLANTADAS
- 65% DE LA PRODUCCION TOTAL ES EXPORTADA
- MAS DE 100 PAISES EN EL MUNDO RECIBEN FRUTA CHILENA INDIRECTAMENTE.

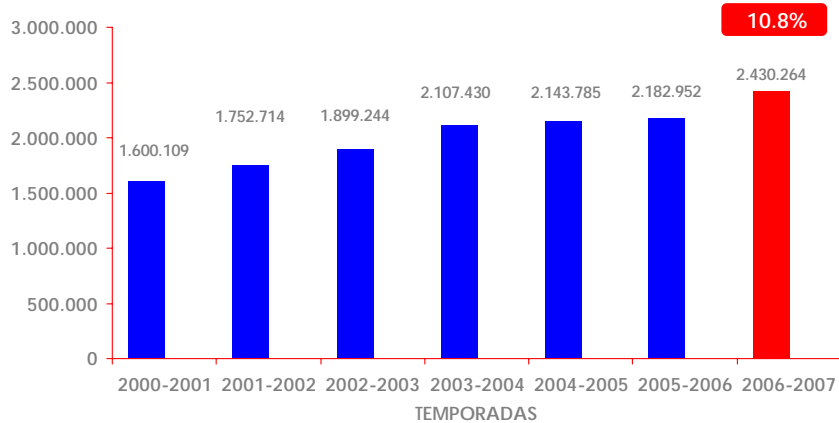
Fuente: Servicio Gubernamental de Agricultura y Gananería (SAG) / Asoex - Datos preparados por la Asociación Chilena de Exportación (Asoex) basados en informes de inspección desarrollados por las empresas exportadoras para su presentación al SAG

Chilean Fresh Fruit Industry

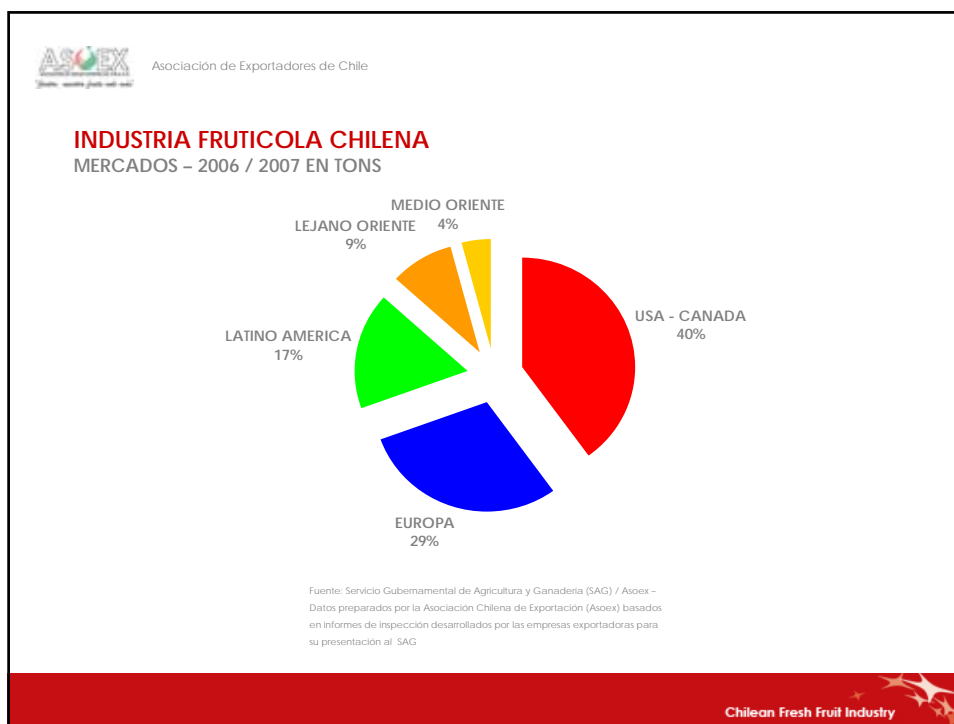


Asociación de Exportadores de Chile

**INDUSTRIA FRUTICOLA CHILENA**  
 EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES – EN TONS



Chilean Fresh Fruit Industry



**ASOEX** Asociación de Exportadores de Chile

### INDUSTRIA FRUTICOLA CHILENA

#### PRODUCTOS EXPORTADOS

ESPECIES	TEMP.		% VAR
	2005-2006	2006-2007	
UVA DE MESA	809.772	802.193	-0,9
MANZANAS	715.825	793.235	10,8
PALTAS	88.738	168.261	89,6
KIWIS	146.454	160.530	9,6
PERAS	114.844	112.892	-1,7
CIRUELAS	79.939	105.703	32,2
NECTARINES	44.519	56.012	25,8
DURAZNOS	48.698	49.630	1,9
LIMONES	30.811	44.584	44,7
OTRAS	113.605	137.225	20,8
<b>TOTAL</b>	<b>2.193.205</b>	<b>2.430.265</b>	<b>10,8</b>

Fuente: Servicio Gubernamental de Agricultura y Ganadería (SAG) / Asoex - Datos preparados por la Asociación Chilena de Exportación (Asoex) basados en informes de inspección desarrollados por las empresas exportadoras para su presentación al SAG.

Chilean Fresh Fruit Industry



Asociación de Exportadores de Chile

### MERCADO FRUTICOLA MUNDIAL

CHILE – PROVEEDOR LIDER DEL HEMISFERIO SUR

CHILE REPRESENTA EL 49,9% DE LAS EXPORTACIONES DE FRUTAS DEL HEMISFERIO SUR CONSIDERANDO UVAS, MANZANAS, KIWIS, PALTAS (AGUACATES), CIRUELAS, NECTARINES, DURAZNOS Y PERAS. POR LO TANTO ESTA POSICIONADO COMO EL LIDER DE LAS EXPORTACIONES DEL HEMISFERIO SUR.

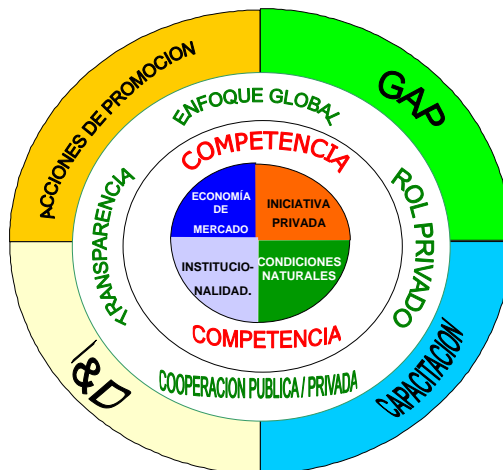
	1961	1964	1970	1980	1990	1998	2001	2003
CHILE	18.452	35.225	45.427	266.832	1.016.787	1.616.953	1.781.413	2.070.468
TOTAL H.SUR	468.915	601.566	704.459	1.062.586	2.263.724	3.465.542	3.569.109	4.222.968
% CHILE	3,9%	5,9%	6,4%	25,1%	44,9%	46,7%	49,0%	49,9%

Fuente: FAO Stats Book 2003



Asociación de Exportadores de Chile

### MARCO GENERAL ESTRATEGICO DE LA INDUSTRIA FRUTÍCOLA CHILENA





Asociación de Exportadores de Chile

## ESTRATEGIA DE LA INDUSTRIA FRUTICOLA

### COMPETITIVIDAD

- ALGUNOS FACTORES INCIDENTES:
  - SERIEDAD COMERCIAL
  - FLEXIBILIDAD ANTE NECESIDADES DEL COMPRADOR
  - AMPLIA OFERTA (CANTIDAD Y PERÍODO)
  - CUMPLIMIENTO BPA (BUENAS PRÁCTICAS AGRÍCOLAS)
  - RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
  - MEDIO AMBIENTE
  - CAPACITACION
    - COMPETENCIAS LABORALES
    - PRODUCTIVIDAD
  - INVESTIGACION Y DESAROLLO E INNOVACIÓN

Chilean Fresh Fruit Industry



Asociación de Exportadores de Chile

## ESTRATEGIA DE LA INDUSTRIA FRUTICOLA

### COOPERACION PUBLICA - PRIVADA



- APOYO CAMPAÑA IMAGEN PAÍS - PROCHILE
- CAMPAÑAS DE PROMOCION EN EL EXTERIOR – FPESA-MINAGRI
- PROGRAMA SABORES DE CHILE
- CONSEJO EXPORTADOR DE ALIMENTOS
- CONSEJO PÚBLICO PRIVADO “CHILE POTENCIA ALIMENTARIA”
- APERTURA Y MANTENCIÓN DE MERCADOS – TRABAJO MANCOMUNADO CON AUTORIDADES DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA Y SAG.
- PROGRAMA PAÍS DE EFICIENCIA ENERGÉTICA

Chilean Fresh Fruit Industry

**ASOEX** Asociación de Exportadores de Chile

**ESTRATEGIA DE LA INDUSTRIA FRUTICOLA**  
ENFOQUE GLOBAL

CPMA United freshfel EUROPE SHAFTE WAPA

FPC Enjoy Fresh 5A Day THE COLOR WAY International Federation IFPS for Produce Standards CIES THE FOOD BUSINESS FORUM

PMA Produce Marketing Association EUREPGAP<sup>®</sup> CODEX alimentarius

Chilean Fresh Fruit Industry

**ASOEX** Asociación de Exportadores de Chile

**ESTRATEGIA DE LA INDUSTRIA FRUTICOLA**  
TRANSPARENCIA

- LA INDUSTRIA CHILENA HA LIDERADO ESFUERZOS PARA AUMENTAR LA DISPONIBILIDAD DE INFORMACION TANTO PARA IMPORTADORES /DISTRIBUIDORES COMO PARA LOS EXPORTADORES / PRODUCTORES NACIONALES.
- VOLUMEN EXPORTADO DISPONIBLE DIA A DIA.
- ESTADISTICAS OFICIALES DISPONIBLES – EXPORDATA:
  - EXPORTADOR --- PRODUCTOS
  - EXPORTADOR – PRODUCTOS -- IMPORTADOR

Chilean Fresh Fruit Industry





**Ejemplo: Fruit Export S.A.**

**Exports by Destination Market**

Season 2004/2005 (Thousand cases)


PRODUCE	NORTH AMERICA			LATIN AMERICA			EUROPE			FAR			TOTAL		
	EAST	WEST	TOTAL	CANADA	MEX.	TOTAL	CONT.	UK	TOTAL	AFR.	ASIA	AUSTRALIA	EUROPE	TOTAL	
TABLE GRAPES	1,308.8		1,308.8	57.3	188.7	246.0	43.5		43.5	35.0	1,709.3	2,242.0	1,858.5		
PLUMS	17.0		17.0	2.7	20.6	23.3	17.2	11.4	28.6	9.6	78.5	107.6	78.6		
PEARS	7.9	6.4	14.3		1.9	1.9	33.6		33.6		49.8	78.4	98.8		
NECTARINES	15.2		15.2	1.1	8.8	9.7	2.2		2.2	2.4	29.4	18.0	18.9		
PEACHES	5.9		5.9	0.8	9.7	10.6					18.5	11.3	12.2		
APPLES	2.9		2.9	0.3	2.5	2.8	7.3		7.3		13.0	18.9	17.0		
APRICOTS					7.7	7.7					7.7	8.2	4.0		
AVOCADOS		4.4	4.4								4.4	4.1	5.0		
CHERRIES					0.1	0.1					0.1	1.4	1.8		
FLAME SDR. GRAPE	538.8		538.8	1.8	8.5	10.1				2.2	551.0	780.8	524.6		
THOMPSON GRAPE	387.6		387.6	2.5	31.9	34.4	1.8		1.8	5.1	428.8	561.2	457.1		
R. GLOBE GRAPE	118.7		118.7	52.7	119.7	172.4	25.3		25.3	25.7	340.1	420.5	449.5		
CRIMSON GRAPE	146.2		146.2		11.0	11.0				0.9	158.0	109.5	95.1		
CHIRIADINE GRAPE	90.8		90.8		15.8	15.8					78.4	93.2	85.2		
RED SDR. GRAPE	49.4		49.4								49.4	68.8	58.0		
LARRY ANN PLUM	12.1		12.1	2.0	3.0	5.1	8.2		8.2	9.6	33.0	51.5	34.7		
BERRY ANN GRAPE	30.3		30.3								30.3	90.0	88.0		
CHARTERS	1,438.0	10.8	1,438.8		194.3	194.3	83.8	11.4	95.2		1,728.3	2,324.3	1,868.3		
LINEAS				82.2	42.0	124.2	15.4		15.4	47.0	168.7	157.1	109.6		
AIR FREIGHT	7.7		7.7		1.5	1.5	4.6		4.6		13.7	8.5	8.5		
LAND FREIGHT														8.4	
<b>TOTAL 2004/2005</b>	<b>1,434.8</b>	<b>18.0</b>	<b>1,464.5</b>	<b>67.7</b>	<b>227.8</b>	<b>308.0</b>	<b>101.7</b>	<b>11.4</b>	<b>115.7</b>	<b>47.8</b>	<b>1,908.7</b>	<b>2,487.9</b>	<b>2,002.8</b>		
<b>TOTAL 2003/2004</b>	<b>1,882.3</b>	<b>12.8</b>	<b>1,895.1</b>	<b>48.5</b>	<b>231.9</b>	<b>280.3</b>	<b>241.3</b>	<b>34.4</b>	<b>265.8</b>	<b>48.7</b>					
<b>TOTAL 2002/2003</b>	<b>1,686.7</b>	<b>31.0</b>	<b>1,697.7</b>	<b>68.9</b>	<b>289.7</b>	<b>428.8</b>	<b>119.7</b>	<b>18.8</b>	<b>138.3</b>	<b>70.2</b>					

**Exports by Consignee & Departure Week**

Season 2004/2005 (Thousand cases)

**CHILEAN EXPORTERS**

CONSIGNEE	MKT	GRPE	PLUM	PEAR	NECTAR	PEACH	APRICO	AVOCADO	CHERRY	FLAME	THOMPSON	R. GLOBE	CRIMSON	CHIRIADINE	RED SDR	LARRY ANN	BERRY ANN	OTHERS	TOTAL	
Guanaria Bros Fruit Co. Inc.	NAM	1,379.1	17.0	7.9	15.2	5.9	537.0	383.7	116.7	146.2	60.8	1,428.0								
Nelson, S.A. de C.V.	LAT	124.7	19.1	1.9	8.2	4.9	7.2	21.4	74.2	8.9	13.0	168.0								
Olson, S.A. de C.V.	LAT	39.5	1.6		0.4	4.8	1.3	8.9	27.7		2.0	47.7								
Jacques Maval S.A.	EUR	5.9	5.7	18.6	1.2				0.1	2.5		33.3								
Fruiterias Pérez Hnos.	LAT	27.1	1.3		0.6	0.6	0.6	0.8	25.7			29.6								
Sonofrutas Francisco & Fils SPA	EUR	16.6	4.2	4.5	0.6				0.8	8.7		29.3								
Leo Pels Import B.V.	EUR	5.5	7.3	10.5	0.4				0.8	0.1		25.5								
Fruitas Maynaina S.A. de C.V.	LAT	22.1						1.6	17.8	2.1	0.6	22.1								
Fruitas De Exportacion S.A.	EUR	13.2								12.7		13.2								
Friedman Limited	FAR	13.0							2.0	9.7		13.0								
Taiwan Fullbloom Intl Limited	FAR	9.1			2.4					9.1		11.5								
Qingford Fruit Limited	EUR			11.4								11.4								
Rio Vista Limitada	NAM				6.4							10.8								
Importadora de Frutas S.A. de C.V.	LAT	10.6							0.1	0.2	10.1	10.6								
Fruta Internacional S.A.	LAT	6.6	1.0		0.5	0.2		0.3	0.6	5.3		8.3								
FPD, Inc	NAM	7.7						1.7	3.8			7.7								
To Order	FAR	6.0						2.2	3.0			6.0								
Import. Export. Hermanos Gapp S.A.	LAT	5.1	0.4					0.6	0.6	3.9		5.8								
Grupo Dispensa	LAT	5.8							0.3	5.4		5.8								
Lee Man Trading Company	FAR	11.5	4.8							10.4		14.8								
Others																				
<b>DEPARTURE</b>	<b>WEEK</b>	<b>GRPE</b>	<b>PLUM</b>	<b>PEAR</b>	<b>NECTAR</b>	<b>PEACH</b>	<b>APRICO</b>	<b>AVOCADO</b>	<b>CHERRY</b>	<b>FLAME</b>	<b>THOMPSON</b>	<b>R. GLOBE</b>	<b>CRIMSON</b>	<b>CHIRIADINE</b>	<b>RED SDR</b>	<b>LARRY ANN</b>	<b>BERRY ANN</b>	<b>OTHERS</b>	<b>TOTAL</b>	
30 ago. 04 / 05 sep. 04	36																		4.4	
22 nov. 04 / 28 nov. 04	48		2.0																2.9	
29 nov. 04 / 05 dic. 04	49		11.4	3.3		1.7	0.8		8.9										22.0	
06 dic. 04 / 12 dic. 04	50		14.9	0.3		1.5	1.6		13.3										19.7	
13 dic. 04 / 19 dic. 04	51		43.2				2.6		38.2										4.4	
20 dic. 04 / 26 dic. 04	52		53.3	0.9		1.5	0.5		44.1	3.8									58.4	
27 dic. 04 / 02 ene. 05	53		85.4	3.4		0.3			72.7	2.0									9.9	
03 ene. 05 / 09 ene. 05	1		89.5	3.3				2.8	47.1	25.8	3.6								9.8	
10 ene. 05 / 16 ene. 05	2		95.6	0.2				3.8	26.4	46.0	5.9								13.6	
17 ene. 05 / 23 ene. 05	3		130.4			0.6	3.1		51.5	44.4	18.0								18.4	
24 ene. 05 / 30 ene. 05	4		106.9	0.5	1.0	2.3			52.0	33.2	12.5	1.6							5.0	
31 ene. 05 / 06 feb. 05	5		132.6	11.4	4.4	3.3	1.4		60.7	42.4	13.2	2.0	9.1						153.0	
07 feb. 05 / 13 feb. 05	6		106.6	3.0					29.0	37.2	33.1	0.7	3.4						112.7	
14 feb. 05 / 20 feb. 05	7		121.1	6.0		4.7			26.5	49.1	25.1	0.3	1.2						131.8	
21 feb. 05 / 27 feb. 05	8		115.7	10.0	10.0	4.0	0.7		16.7	52.8	27.7	0.9	0.6						141.5	
28 feb. 05 / 06 mar. 05	9		75.7	7.5	7.4		2.2		0.2	52.4	22.0		0.3						92.9	
OTHERS			52.1	26.6	26.5	7.0			63.8	38.6	18.1	152.6							68.2	
<b>TOTAL SEASON 2004/2005</b>		<b>1,799.3</b>	<b>78.5</b>	<b>48.6</b>	<b>24.6</b>	<b>16.5</b>	<b>551.0</b>	<b>428.8</b>	<b>340.1</b>	<b>159.0</b>	<b>76.1</b>	<b>1,908.7</b>								
<b>TOTAL SEASON 2003/2004</b>		<b>2,242.0</b>	<b>107.6</b>	<b>78.4</b>	<b>18.0</b>	<b>11.3</b>	<b>760.6</b>	<b>561.2</b>	<b>420.5</b>	<b>109.5</b>	<b>83.2</b>	<b>2,487.9</b>								
<b>TOTAL SEASON 2002/2003</b>		<b>1,686.7</b>	<b>78.6</b>	<b>89.8</b>	<b>16.9</b>	<b>17.2</b>	<b>524.6</b>	<b>451.1</b>	<b>449.6</b>	<b>56.1</b>	<b>85.2</b>	<b>2,002.8</b>								



## WALL \* MARKET

**Main Species Detail** Season 2004/2005 (Thousand cases)

EXPORTER	GRAPES	PLUM	NECTARINE	Peach	APRICOT	APPLE	PEAR	CHERRY	QUINUA
Dole Chile S.A.	260.0	13.0						281.0	162.7
Asociacion Unif. Exportadora (Aconet)	182.9							182.9	167.7
Rucavas S.A. Exportadora	116.2				8.0	2.4		124.6	155.2
Andes Chile Exportadora		53.2	37.8	32.0				123.0	74.5
Dand del Curto S.A.	58.6	17.2						75.8	78.7
<b>TOTAL SEASON 2004/2005</b>	<b>686.7</b>	<b>110.4</b>	<b>37.8</b>	<b>32.0</b>	<b>8.0</b>	<b>2.4</b>	<b>717.1</b>		
<b>TOTAL SEASON 2003/2004</b>	<b>565.2</b>	<b>80.8</b>	<b>40.0</b>	<b>22.5</b>			<b>18.7</b>		<b>707.0</b>
<b>TOTAL SEASON 2002/2003</b>	<b>549.5</b>	<b>57.9</b>	<b>80.9</b>	<b>23.1</b>					<b>485.8</b>

**Main Varieties Detail** Season 2004/2005 (Thousand cases)

EXPORTER	GRAPES	PLUM	NECTARINE	Peach	APRICOT	APPLE	PEAR	CHERRY	QUINUA
Dole Chile S.A.	101.8	76.7	18.0	44.5		12.2	0.8		1.1
Asociacion Unif. Exportadora (Aconet)	32.8	36.1	24.8	3.8	65.0				8.4
Rucavas S.A. Exportadora	19.4	23.0	25.5	10.4		14.5			5.9
Andes Chile Exportadora							11.4		12.3
Dand del Curto S.A.	22.5	18.4	1.5	6.7			6.0	0.8	4.3
<b>TOTAL SEASON 2004/2005</b>	<b>177.5</b>	<b>154.2</b>	<b>70.1</b>	<b>65.2</b>	<b>65.0</b>	<b>26.7</b>	<b>17.1</b>	<b>17.1</b>	<b>24.1</b>
<b>TOTAL SEASON 2003/2004</b>	<b>116.7</b>	<b>206.2</b>	<b>26.5</b>	<b>51.7</b>	<b>47.4</b>	<b>34.7</b>	<b>5.6</b>	<b>27.8</b>	<b>36.9</b>
<b>TOTAL SEASON 2002/2003</b>	<b>97.9</b>	<b>100.4</b>	<b>24.1</b>	<b>11.4</b>	<b>25.4</b>	<b>36.2</b>	<b>3.2</b>	<b>24.2</b>	<b>19.7</b>

**Really Ready Inc.**

**Main Species Detail** Season 2004/2005 (Thousand cases)

EXPORTER	GRAPES	PLUM	NECTARINE	Peach	APRICOT	APPLE	PEAR	CHERRY	QUINUA
Comex S.A. Exportadora	187	141.6	62.7					169.9	167.0
Comex Exportadora Peruana S.A.C.	132	64.6	86.0					187	163.9
Peru Exportadora S.A.	28.5	25.1	28.5	17.9				101	43.8
C.O. Agrícola S.A.	18.4	1.0	1.0					1.0	1.0
<b>TOTAL SEASON 2004/2005</b>	<b>366.6</b>	<b>332.3</b>	<b>178.2</b>	<b>17.9</b>				<b>460.8</b>	<b>485.7</b>


**Main Varieties Detail** Season 2004/2005 (Thousand cases)

EXPORTER	GRAPES	PLUM	NECTARINE	Peach	APRICOT	APPLE	PEAR	CHERRY	QUINUA
Comex S.A. Exportadora	114.2	114.2	114.2	114.2	114.2	114.2	114.2	114.2	114.2
Comex Exportadora Peruana S.A.C.	13.8	13.8	13.8	13.8	13.8	13.8	13.8	13.8	13.8
Peru Exportadora S.A.	18.4	18.4	18.4	18.4	18.4	18.4	18.4	18.4	18.4
C.O. Agrícola S.A.	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
<b>TOTAL SEASON 2004/2005</b>	<b>147.4</b>	<b>147.4</b>	<b>147.4</b>	<b>147.4</b>	<b>147.4</b>	<b>147.4</b>	<b>147.4</b>	<b>147.4</b>	<b>147.4</b>

NORTH AMERICAN IMPORTERS

**289**

THE OFFICIAL FIGURES



## WALL \* MARKET

**Main Species Detail** Season 2004/2005 (Thousand cases)

EXPORTER	GRAPES	PLUM	NECTARINE	Peach	APRICOT	APPLE	PEAR	CHERRY	QUINUA
Dole Chile S.A.	260.0	13.0						281.0	162.7
Asociacion Unif. Exportadora (Aconet)	182.9							182.9	167.7
Rucavas S.A. Exportadora	116.2				8.0	2.4		124.6	155.2
Andes Chile Exportadora		53.2	37.8	32.0				123.0	74.5
Dand del Curto S.A.	58.6	17.2						75.8	78.7
<b>TOTAL SEASON 2004/2005</b>	<b>686.7</b>	<b>110.4</b>	<b>37.8</b>	<b>32.0</b>	<b>8.0</b>	<b>2.4</b>	<b>717.1</b>		
<b>TOTAL SEASON 2003/2004</b>	<b>565.2</b>	<b>80.8</b>	<b>40.0</b>	<b>22.5</b>			<b>18.7</b>		<b>707.0</b>
<b>TOTAL SEASON 2002/2003</b>	<b>549.5</b>	<b>57.9</b>	<b>80.9</b>	<b>23.1</b>					<b>485.8</b>

**Main Varieties Detail** Season 2004/2005 (Thousand cases)

EXPORTER	GRAPES	PLUM	NECTARINE	Peach	APRICOT	APPLE	PEAR	CHERRY	QUINUA
Dole Chile S.A.	101.8	76.7	18.0	44.5		12.2	0.8		1.1
Asociacion Unif. Exportadora (Aconet)	32.8	36.1	24.8	3.8	65.0				8.4
Rucavas S.A. Exportadora	19.4	23.0	25.5	10.4		14.5			5.9
Andes Chile Exportadora							11.4		12.3
Dand del Curto S.A.	22.5	18.4	1.5	6.7			6.0	0.8	4.3
<b>TOTAL SEASON 2004/2005</b>	<b>177.5</b>	<b>154.2</b>	<b>70.1</b>	<b>65.2</b>	<b>65.0</b>	<b>26.7</b>	<b>17.1</b>	<b>17.1</b>	<b>24.1</b>
<b>TOTAL SEASON 2003/2004</b>	<b>116.7</b>	<b>206.2</b>	<b>26.5</b>	<b>51.7</b>	<b>47.4</b>	<b>34.7</b>	<b>5.6</b>	<b>27.8</b>	<b>36.9</b>
<b>TOTAL SEASON 2002/2003</b>	<b>97.9</b>	<b>100.4</b>	<b>24.1</b>	<b>11.4</b>	<b>25.4</b>	<b>36.2</b>	<b>3.2</b>	<b>24.2</b>	<b>19.7</b>

**Really Ready Inc.**

**Main Species Detail** Season 2004/2005 (Thousand cases)

EXPORTER	GRAPES	PLUM	NECTARINE	Peach	APRICOT	APPLE	PEAR	CHERRY	QUINUA
Comex S.A. Exportadora	187	141.6	62.7					169.9	167.0
Comex Exportadora Peruana S.A.C.	132	64.6	86.0					187	163.9
Peru Exportadora S.A.	28.5	25.1	28.5	17.9				101	43.8
C.O. Agrícola S.A.	18.4	1.0	1.0					1.0	1.0
<b>TOTAL SEASON 2004/2005</b>	<b>366.6</b>	<b>332.3</b>	<b>178.2</b>	<b>17.9</b>				<b>460.8</b>	<b>485.7</b>

**Main Varieties Detail** Season 2004/2005 (Thousand cases)

EXPORTER	GRAPES	PLUM	NECTARINE	Peach	APRICOT	APPLE	PEAR	CHERRY	QUINUA
Comex S.A. Exportadora	114.2	114.2	114.2	114.2	114.2	114.2	114.2	114.2	114.2
Comex Exportadora Peruana S.A.C.	13.8	13.8	13.8	13.8	13.8	13.8	13.8	13.8	13.8
Peru Exportadora S.A.	18.4	18.4	18.4	18.4	18.4	18.4	18.4	18.4	18.4
C.O. Agrícola S.A.	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
<b>TOTAL SEASON 2004/2005</b>	<b>147.4</b>	<b>147.4</b>	<b>147.4</b>	<b>147.4</b>	<b>147.4</b>	<b>147.4</b>	<b>147.4</b>	<b>147.4</b>	<b>147.4</b>



Asociación de Exportadores de Chile

**ESTRATEGIA DE LA INDUSTRIA FRUTICOLA**  
**CHILEGAP – BUENAS PRACTICAS AGRICOLAS**



- ARMONIZACION DE LOS DISTINTOS BPA: UN DESAFIO DE LA INDUSTRIA GLOBAL DE FRUTAS Y HORTALIZAS
- LOS EXPORTADORES / PRODUCTORES SE ENCUENTRAN CON UN ABANICO DE CERTIFICACIONES Y REQUERIMIENTOS.
- EL RESULTADO HA SIDO COSTOS MAS ALTOS PARA TODA LA INDUSTRIA, LO QUE DEBE SER COMPENSADO CON MEJORES PRECIOS.
- CHILEGAP ES LA RESPUESTA DE CHILE: EL PRIMER EJEMPLO MUNDIAL DE ARMONIZACION PARA MERCADOS EUROPEOS Y ESTADOUNIDENSES.
- CARACTERISTICAS:
  - TRAZABILIDAD
  - PROCESO NO DISCRIMINATORIO Y VOLUNTARIO
  - COMPETENCIA
  - SEGURIDAD EN LA CADENA
  - RECONOCIDO INTERNACIONALMENTE – EUREPGAP Y DAVIS FRESH TECH. (PROSAFE)

Chilean Fresh Fruit Industry



Asociación de Exportadores de Chile

**ESTRATEGIA DE LA INDUSTRIA FRUTICOLA**  
**CHILEGAP – BUENAS PRACTICAS AGRICOLAS**



- PRIMER PROGRAMA EXTRACOMUNITARIO APROBADO POR EUREPGAP Y EQUIVALENTE A PROSAFE (USA)

Chilean Fresh Fruit Industry



Asociación de Exportadores de Chile

## ESTRATEGIA DE LA INDUSTRIA FRUTICOLA

### INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO – FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO FRUTÍCOLA



WWW.FDF.CL

- ESFUERZO MANCOMUNADO DE LA INDUSTRIA – CREACIÓN DE UNA INSTITUCION DE INVESTIGACION Y DESARROLLO
- DIVERSIDAD DE SERVICIOS (REDES AGROCLIMÁTICAS, MEDICIÓN DE ETILENO, ETC.)
- LA GRAN DISTANCIA DE CHILE A LOS MERCADOS NOS PRESENTA DESAFÍOS RESPECTO A:
  - TECNOLOGÍA POST COSECHA
  - NUEVAS VARIEDADES
  - NUEVOS MÉTODOS DE PRODUCCIÓN (PRODUCTIVIDAD)
  - COORDINACIÓN DEL PROGRAMA CHILEGAP Y CONSORCIO TECNOLÓGICO DE LA FRUTA

Chilean Fresh Fruit Industry



Asociación de Exportadores de Chile

## ESTRATEGIA DE LA INDUSTRIA FRUTICOLA

### CAPACITACION - AGROCAP



WWW.AGROCAP.CL

- ENTIDAD DE CAPACITACIÓN DE LA INDUSTRIA
- 77.000 TRABAJADORES CAPACITADOS EN 6.5 AÑOS.
- REDUCCION DE CICLO DE CAPACITACIÓN AGRÍCOLA DE 1/44 AÑOS A 1/3 AÑOS (MIEMBROS DE AGROCAP – 1200 ENTIDADES)
- ACTIVIDADES DE CAPACITACIÓN:
  - SEGURIDAD E HIGIENE
  - INOCUIDAD ALIMENTARIA
  - CONTROL DE CALIDAD
  - RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
  - OTRAS ACTIVIDADES:
    - BECAS SOCIALES
    - PROGRAMA PARA DISCAPACITADOS
    - CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIAS LABORALES
    - PRODUCTIVIDAD LABORAL

Chilean Fresh Fruit Industry



Chilean Exporters Association (ASOEX)

## FUNDAMENTOS DE MARKETING

### CLAVES DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING INTERNACIONAL

- LA ESTRATEGIA DE MARKETING NO ES HOY UN HECHO REFERIDO A UN PARÁMETRO (CALIDAD)
- SE DEBE IMPLEMENTAR CONSIDERANDO LO QUE SUCEDE EN TODA LA CADENA OPERATIVA, SOCIAL Y COMERCIAL
- DEFINICION DE OBJETIVOS CONSISTENTES CON UNA ESTRATEGIA GLOBAL, DE COMPROMISO SOCIAL
- PERSISTENCIA Y CONTINUIDAD EN LOS CONCEPTOS PUBLICITARIOS
- ADAPTACION A REALIDADES DE DIVERSOS MERCADOS Y PÚBLICOS OBJETIVOS
- DECISIONES DE CAMPAÑAS EN BASE A ANÁLISIS OBJETIVOS DE DATOS E INFORMACION CUANTITATIVA Y CUALITATIVA
- MEDICIÓN DE RESULTADOS EN FORMA PERMANENTE
- ESTRICTO CONTROL ADMINISTRATIVO-TRANSPARENCIA TOTAL

Chilean Fresh Fruit Industry



Chilean Exporters Association (ASOEX)

## TIPOS DE CAMPAÑAS DE PROMOCION GENERICA (1)

### VOLUNTARIA

- EJEMPLO:
- CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE FRUTA CHILENA GENÉRICA
- PRESUPUESTO: \$USD 6.728.135 - APOORTE PÚBLICO (40%)
- MERCADOS EN EJECUCIÓN:
  - EUROPA
  - JAPÓN/COREA
  - EE.UU/CÁNADA
  - LATINOAMERICA (MÉXICO, COLOMBIA)
- CARACTERÍSTICAS:
  - TRAYECTORIA - 25 AÑOS EFECTUANDO CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN A NIVEL INTERNACIONAL
  - SE PROMUEVE EL PAIS Y PRODUCTO Y NO MARCAS PRIVADAS
  - APOORTE FINANCIERO A LAS CAMPAÑAS PROVIENEN DEL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO

Chilean Fresh Fruit Industry



Chilean Exporters Association (ASOEX)

## TIPOS DE CAMPAÑAS DE PROMOCION GENERICA (2)

### MIXTA

- EJEMPLO:
- CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE ARANDANOS EN EE.UU
- PRESUPUESTO: \$USD 100.000 POR SOBRE EL APOORTE OBLIGATORIO DEL PROGRAMA CHECK-OFF, EN DONDE SE RECAUDAN 4USD 1.431.930 (APROX. \$USD 513.000)
- MERCADOS EN EJECUCIÓN:
  - EE.UU
- CARACTERÍSTICAS:
  - CAMPAÑA GENERICA DE ARANDANOS CUYO FINANCIAMIENTO SE COMPONE DE UNA PARTE OBLIGATORIA (VIA LEY CHECKOFF) Y APOORTE ADICIONAL POR PARTE DE PROVEEDORES DE TERCEROS PAÍSES A DICHO MERCADO, ASÍ COMO DE LOS AGENTES COMERCIALES DOMÉSTICOS.

Chilean Fresh Fruit Industry



Chilean Exporters Association (ASOEX)

## TIPOS DE CAMPAÑAS DE PROMOCION GENERICA (2)

### OBLIGATORIA (CHECK-OFF)

- EJEMPLO:
- CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE PALTAS EN EE.UU.
- PRESUPUESTO: \$USD 4.000.000
- MERCADOS DE EJECUCIÓN:
  - EE.UU
- CARACTERÍSTICAS:
  - LA LEY DE CHECK OFF, QUE ESTABLECE COMO LEY FEDERAL UN APOORTE OBLIGATORIO DE US\$ 0,625 POR CAJA; POR TODAS LAS PALTAS QUE SE VENDAN EN LOS ESTADOS UNIDOS, PROVENIENTES DE CUALQUIER ORIGEN ( USA , CHILE, MÉXICO Y OTROS).
  - ESTOS DINEROS ESTÁN DESTINADOS A SER USADOS EN PROMOCIÓN DE LA PALTA HASS EN LOS ESTADOS UNIDOS.
  - NUESTRO PAÍS FORMO LA CHILEAN AVOCADO IMPORTERS ASSOCIATION (CAIA) LA QUE DE ACUERDO A SUS ATRIBUCIONES ADMINISTRA LOS FONDOS DE PROMOCIÓN

Chilean Fresh Fruit Industry



Chilean Exporters Association (ASOEX)

## TIPOS DE CAMPAÑAS DE PROMOCION GENERICA

### MIXTA (INCLUYE IMPORTADORES)

- EJEMPLO:
- CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE ARANDANOS EN EUROPA
- PRESUPUESTO: \$USD 88.256
- MERCADOS DE EJECUCIÓN:
  - REINO UNIDO
- CARACTERÍSTICAS:
  - CAMPAÑA GENERICA DE ARÁNDANOS REALIZADA EN EL REINO UNIDO, CUYO FINANCIAMIENTO SE COMPONE EN UN 50% DE APORTE PRIVADO Y UN 50% DE APORTE PÚBLICO.

Chilean Fresh Fruit Industry



Chilean Fresh Fruit Association(CFFA)

## LA CHILEAN FRESH FRUIT ASSOCIATION

(CFFA)



- PROMOCIÓN GENÉRICA DE LA INDUSTRIA FRUTÍCOLA CHILENA
- FORMADA POR EXPORTADORES Y PRODUCTORES
- INICIO DE ACTIVIDADES A PARTIR DEL AÑO 1980

Chilean Fresh Fruit Industry



Asociación de Exportadores de Chile

### CAMPAÑA DE MARKETING INTERNACIONAL

#### PROMOCION



- OBJETIVO: POSICIONAR CHILE COMO UN SOCIO ESTRATÉGICO PRINCIPAL EN EL ABASTECIMIENTO DE FRUTA FRESCA.
- GRUPO OBJETIVO:
  - IMPORTADORES
  - RETAILERS
  - MAYORISTAS
  - DISTRIBUIDORES
  - CONSUMIDOR
- CAMPAÑA BASADA EN SERVICIOS DE APOYO A RETAILERS, IMPORTADORES Y EXPORTADORES / PRODUCTORES
- CONSUMIDOR EN FORMA INDIRECTA

Chilean Fresh Fruit Industry



Asociación de Exportadores de Chile

### CAMPAÑA DE MARKETING INTERNACIONAL

#### PROMOCION – ALCANCE



Chilean Fresh Fruit Industry





Asociación de Exportadores de Chile

### CAMPAÑA DE MARKETING INTERNACIONAL PROMOCION – ACTIVIDADES DE APOYO

	MISIONES	TV	
FERIAS	RELACIONES COMERCIO	PUBLICIDAD	POS
ESTUDIOS	INFO.	IMAGEN PAIS	WEB
	WORKSHOPS	VIAJES PRENSA	

Chilean Fresh Fruit Industry



Asociación de Exportadores de Chile

### CAMPAÑA DE MARKETING INTERNACIONAL PROMOCION – ACTIVIDADES DE APOYO

	MISIONES	TV	
FERIAS	RELACIONES COMERCIO	PUBLICIDAD	POS
ESTUDIOS	INFO.	IMAGEN PAIS	WEB
	WORKSHOPS	VIAJES PRENSA	

Chilean Fresh Fruit Industry

 Asociación de Exportadores de Chile

**CAMPAÑA DE MARKETING INTERNACIONAL**  
PROMOCION – PUBLICIDAD – TV  
CENTURIES (1999 – 2002)



Chilean Fresh Fruit Industry 

 Asociación de Exportadores de Chile

**CAMPAÑA DE MARKETING INTERNACIONAL**  
PROMOCION – PUBLICIDAD – TV  
NATURAL WONDERS (2003 – 2004)



Chilean Fresh Fruit Industry 


 Asociación de Exportadores de Chile

**CAMPAÑA DE MARKETING INTERNACIONAL**  
PROMOCION – PUBLICIDAD – TV  
CHILEAN SUMMER (2005 – 2006)

J. Brown  
CFFA  
Chilean Summer  
Roughcut7 :30  
ki412 10/11/04




Chilean Fresh Fruit Industry

 Asociación de Exportadores de Chile

**CAMPAÑA DE MARKETING INTERNACIONAL**  
PROMOCION – PUBLICIDAD – TV  
CURNOCOPIA (2006 – 2007)

Evans Hardy + Young  
Chilean Fresh Fruit Association  
"Cornucopia / Double Logo"  
:30  
CFFT 2790  
3.14.07



Chilean Fresh Fruit Industry

Asociación de Exportadores de Chile

### CAMPAÑA DE MARKETING INTERNACIONAL PUBLICIDAD PRENSA ESPECIALIZADA



Chilean Fresh Fruit Industry



Asociación de Exportadores de Chile

### CAMPAÑA DE MARKETING INTERNACIONAL PROMOCION – PUBLICIDAD - POS



Chilean Fresh Fruit Industry



Asociación de Exportadores de Chile

**CAMPAÑA DE MARKETING INTERNACIONAL**  
PROMOCION – PUBLICIDAD - POS



Chilean Fresh Fruit Industry



Asociación de Exportadores de Chile

**CAMPAÑA DE MARKETING INTERNACIONAL**  
PROMOCION – PUBLICIDAD - POS



Chilean Fresh Fruit Industry



Asociación de Exportadores de Chile

### CAMPAÑA DE MARKETING INTERNACIONAL PROMOCION – ACTIVIDADES DE APOYO

	MISIONES	TV	
FERIAS	RELACIONES COMERCIO	PUBLICIDAD	POS
ESTUDIOS	INFO.	IMAGEN PAIS	WEB
	WORKSHOPS	VIAJES PRENSA	

Chilean Fresh Fruit Industry

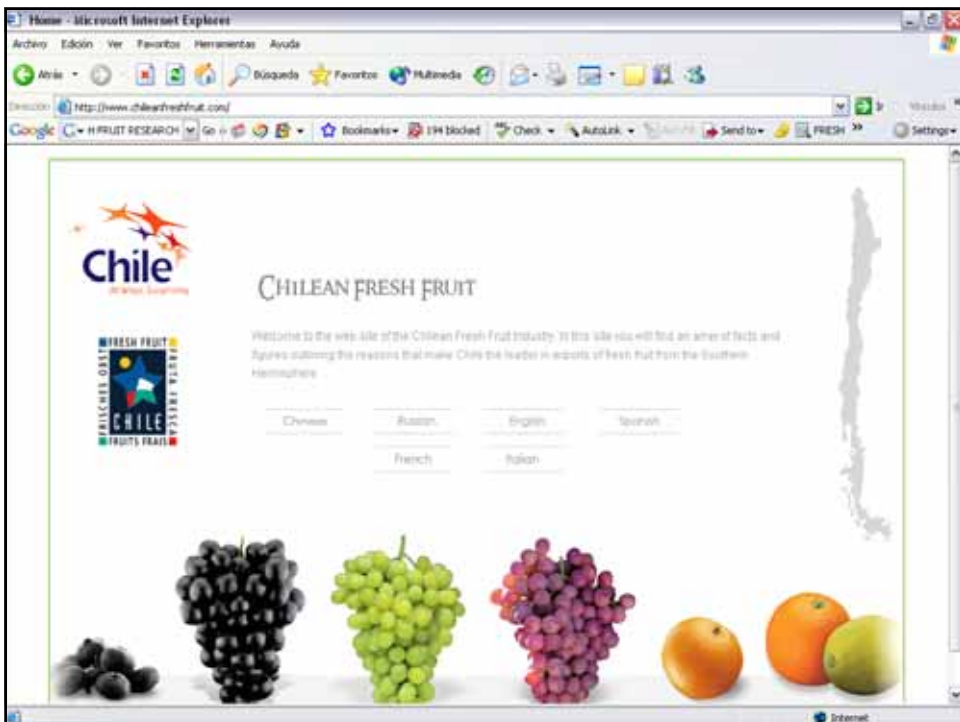


Asociación de Exportadores de Chile


### CAMPAÑA DE MARKETING INTERNACIONAL PROMOCION – IMAGEN PAIS – VIAJES PRENSA



Chilean Fresh Fruit Industry






 Asociación de Exportadores de Chile

**CAMPAÑA DE MARKETING INTERNACIONAL**  
 PROMOCION – ACTIVIDADES DE APOYO

	MISIONES	TV	
FERIAS	RELACION COMERCIO	PUBLICIDAD	POS
ESTUDIOS	INFO	IMAGEN PAIS	WEB
	WORKSHOPS	VIAJES PRENSA	

**Chilean Fresh Fruit Industry**


 Asociación de Exportadores de Chile

**CAMPAÑA DE MARKETING INTERNACIONAL**  
 PROMOCION - ESTUDIOS & WORKSHOPS



SIM - ASOEX

- LA INDUSTRIA REALIZA UNA SERIE DE ESTUDIOS PARA SUS PRODUCTORES / EXPORTADORES:

  - MPI (USA) – THE US CONSUMER
  - NIELSEN INDEX (USA) – IN SEASON / OUT OF SEASON CONSUMPTION
  - PROMAR (THE EUROPEAN CONSUMER 2010)
  - PROMAR (SPANISH MARKET FOR FRESH FRUIT)
  - SIM – ASOEX [WWW.SIM-ASOEX.CL](http://WWW.SIM-ASOEX.CL)

- WORKSHOPS / SEMINARIOS DIRIGIDOS A CLIENTES EXTERNOS E INTERNOS.

**Chilean Fresh Fruit Industry**





Asociación de Exportadores de Chile

### CAMPAÑA DE MARKETING INTERNACIONAL PROMOCION - ESTUDIOS & WORKSHOPS

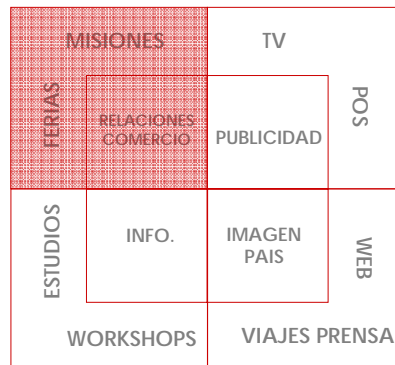


Chilean Fresh Fruit Industry



Asociación de Exportadores de Chile

### CAMPAÑA DE MARKETING INTERNACIONAL PROMOCION - ACTIVIDADES DE APOYO



Chilean Fresh Fruit Industry



Asociación de Exportadores de Chile

## CAMPAÑA DE MARKETING INTERNACIONAL

PROMOCION – FERIAS AND MISIONES



Chilean Fresh Fruit Industry



Asociación de Exportadores de Chile

## FUTUROS DESAFIOS

INTERNOS / EXTERNOS

- APERTURA DE NUEVOS MERCADOS Y DEFENSA DE LOS MERCADOS EXISTENTES
- ARMONIZACION DE BUENAS PRACTICAS AGRICOLAS
- CONCENTRACION DEL PODER DE COMPRA
- NUEVAS SOLUCIONES DE PACKAGING Y COMIDAS PREPARADAS
- NUEVAS TENDENCIAS DEL CONSUMIDOR
- COMPETENCIA (CHINA, SUDAFRICA, BRASIL, AUSTRALIA, NUEVA ZELANDA Y OTROS)
- MERCADOS EMERGENTES (INDIA, CHINA, EUROPA DEL ESTE, SUDESTE ASIATICO)
- NUEVOS PRODUCTOS Y VARIEDADES
- IMAGEN PAIS
- FOODSERVICE
- RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
- ONG – CRECIENTE INFLUENCIA
- INNOVACION
- DEFENSA DE PATRIMONIO FITOSANITARIO
- COSTOS CRECIENTES
- ESCASES DE MANO DE OBRA
- TIPO DE CAMBIO

Chilean Fresh Fruit Industry



Chilean Exporters Association (ASOEX)

## TENDENCIAS DEL MERCADO INTERNACIONAL

### ¿CUALES SON LAS PRINCIPALES TENDENCIAS HOY EN DIA, QUE AFECTAN A LA INDUSTRIA FRUTICOLA MUNDIAL?

Fuente:  
The World of Fresh Fruit Traders, Rabobank International (2002)  
AGRA EUROPE Outlook Conference (2001)

1. ACORTAMIENTO DE LA CADENA
2. "ALL YEAR ROUND SUPPLY" EXIGIDO POR PARTE DE CADENAS DE SUPERMERCADOS
3. EXPERIENCIA TECNICA Y ACUERDOS A MEDIANO PLAZO PREFERIDOS MAS QUE "TRADERS" Y ACUERDOS PUNTUALES
4. INOCUIDAD ALIMENTARIA – FOOD SAFETY (GLOBALGAP)
5. "STREAM – LINE" DISTRIBUCION – MENOS COSTOS EN LA CADENA.
6. SOBREVIVENCIA DE LOS MAS FUERTES – ECONOMIAS DE ESCALA DE LOS CENTROS DE COMPRA
7. NUEVAS FUENTES DE ABASTECIMIENTO (PERU, INDIA NAMIBIA, BRASIL).

Chilean Fresh Fruit Industry



Chilean Exporters Association (ASOEX)

## TENDENCIAS DEL MERCADO INTERNACIONAL

### ¿CUALES SON LAS PRINCIPALES TENDENCIAS HOY EN DIA, QUE AFECTAN A LA INDUSTRIA EUROPEA?

Fuente:  
The World of Fresh Fruit Traders, Rabobank International (2002)  
AGRA EUROPE Outlook Conference (2001)

8. CONSUMO DE FRUTA ESTATICO: "FIGHT FOR STOMACH SHARE".
9. VALOR AGREGADO DE PRODUCTOS Y LA SEGMENTACION (FOOD SERVICE)
10. ESPECIALIZACION POR PRODUCTO O CLIENTE
11. AUMENTO DE PRODUCCION DE PRODUCTOS FRUTICOLAS EN PAISES EMERGENTES - SOBREFERTA.
12. CRECIMIENTO DE LOS DISCOUNTERS
13. CONSOLIDACION DE PODER DE COMPRA
14. CARBON FOOTPRINTS/FOOD MILES

Chilean Fresh Fruit Industry



Asociación de Exportadores de Chile

## COMENTARIOS FINALES

- CHILE: LIDER EN EXPORTACIONES DE FRUTA FRESCA DESDE EL HEMISFERIO SUR, PERO AUN FALTA MUCHO POR HACER...
- INDUSTRIA SE CARACTERIZA POR BAJAS BARRERAS DE ENTRADA / SALIDA, LO QUE GENERA COMPETENCIA LIBRE Y ABIERTA.
- LAS CONDICIONES GEOGRAFICAS DE CHILE PERMITEN UNA TEMPORADA MAS LARGA (DICIEMBRE A SEPTIEMBRE) Y UN PROGRAMA DE ABASTECIMIENTO ESTABLE Y CONFIABLE DE FRUTA FRESCA
- CONDICIÓN FUNDAMENTAL A PRESERVAR: COMPETENCIA
- LA INDUSTRIA/SECTOR PÚBLICO SE COORDINAN Y SE UNEN ANTE DESAFÍOS COMUNES:
  - BUENAS PRACTICAS AGRÍCOLAS.
  - PROMOCIÓN/IMAGEN PAÍS
  - CAPACITACIÓN
  - INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN
  - INTELIGENCIA DE MERCADO
  - APERTURA DE MERCADOS
- CHILE TIENE TODO LO NECESARIO PARA SER UN SOCIO ESTRATEGICO - PROVEEDOR CONFIABLE DE FRUTA FRESCA AL MUNDO
- NO SEGUIREMOS ESFORZANDO PARA CONTRIBUIR A CUMPLIR DICHO OBJETIVO

Chilean Fresh Fruit Industry



## GRACIAS

