



n°4

red puentes chile

serie documentos

CICE

La Ruta de la RSE en el Valle de Casablanca: primeros pasos, dificultades y desafíos



Johanna Molina A.

*Centro de Estudios para el Desarrollo de la Mujer, CEDEM
www.cedem.cl • Santiago, Chile. 2008*

La Ruta de la RSE en el Valle de Casablanca: primeros pasos, dificultades y desafíos

*Documento elaborado por Johanna Molina A.,
a partir de un trabajo previo realizado por Ana Becerra W.*

Santiago, Chile. 2008
www.cedem.cl

CEDEM
CENTRO DE ESTUDIOS
PARA EL
DESARROLLO
DE LA
MUJER

Esta publicación ha sido posible con el apoyo financiero de Fundación AVINA

Johanna Molina Acevedo, es Ingeniera Agrónoma de la Universidad de Concepción. Realizó estudios de Desarrollo Local y Organizacional con Fundación Impulsa y actualmente es candidata a Magíster en Psicología, Mención Psicología Comunitaria de la Universidad de Chile. Se desempeña como investigadora en el Centro de Estudios para el Desarrollo de la Mujer - CEDEM.

Ana Becerra Widemann, es Antropóloga de la Universidad Austral. Se desempeña como investigadora en Fundación CENDA, Centro de Estudios Nacionales de Desarrollo Alternativo.

Centro de Estudios para el Desarrollo de la Mujer, CEDEM
www.cedem.cl

Serie Documentos

Red Puentes - Chile

Cice, Centro de Información del Comportamiento Empresarial

Registro de propiedad intelectual: 166.048

Fotografía portada: Banco de fotos CENDA

Diseño gráfico: Paulina Veloso

Impresión: Impresos Socias Ltda.

Santiago, abril 2008

Contenidos

pag. 7	1. Presentación
pag. 11	2. Antecedentes generales de Casablanca
pag. 11	2.1. Geografía y población
pag. 11	2.2. Caracterización Socioeconómica de la población
pag. 12	2.2.1. Economía y Empleo
pag. 13	2.2.2. Ingresos y pobreza
pag. 14	2.2.3. Situación de la Educación en Casablanca
pag. 14	2.2.4. Participación Ciudadana en la comuna
pag. 15	3. La industria vitivinícola de Casablanca: los contrastes evidentes
pag. 16	3.1. RSE y Protección del Medio ambiente
pag. 17	3.1.1. Un tema sensible: el manejo de plaguicidas de la industria
pag. 18	3.2. Relación con la comunidad: desafíos para aportar al desarrollo sustentable
pag. 20	3.3. Condiciones laborales: el trago más amargo
pag. 21	3.3.1. Irregularidades de los contratistas
pag. 21	3.3.2. Jornada, contratos, salario: necesidad de alcanzar estándares éticos
pag. 22	3.3.3. Salud y Previsión: la inseguridad que rodea el trabajo en las viñas
pag. 23	3.3.4. Seguridad e higiene: nuevas contradicciones
pag. 24	3.4. La Organización de los/as trabajadores/as: persiste el miedo y el estigma
pag. 24	3.4.1. La dificultad de ser Dirigentes/as
pag. 25	3.5. Fiscalización por parte de los organismos estatales
pag. 27	4. Consideraciones finales
pag. 31	5. Referencias
pag. 32	Anexo 1: Mapa del Valle de Casablanca
pag. 33	Anexo 2: Antecedentes Socioeconómicos de Casablanca
pag. 35	Anexo 3: Miembros de la Asociación de empresarios vitivinícolas del Valle de Casablanca
pag. 36	Anexo 4: Normativa considerada por el acuerdo de producción limpia de la industria del vino
pag. 37	Anexo 5: Código de conducta ética de la industria del vino en Sudáfrica -WIETA
pag. 39	Anexo 6: Proyecciones oficiales Municipalidad de Casablanca

1. Presentación

“Al pan, pan y al vino, vino” (Refrán popular)

El vino es un producto significativo dentro de la canasta exportadora de nuestro país. De hecho, la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA) informó recientemente que las exportaciones de vinos y mostos entre enero-julio 2007 se situaron en el cuarto lugar en la lista de exportaciones industriales chilenas en el mismo periodo. Según este organismo, de los US\$11.309 millones que totalizaron las exportaciones industriales, los envíos de vinos y mostos fueron por US\$689 millones¹. Hacia el mes de noviembre del 2007, los volúmenes de exportación alcanzaron los 568 millones de litros, equivalentes a US\$1.166 millones. Esto refleja, la ten-

dencia de los últimos años, en que Chile ha logrado ubicarse como el 5° exportador mundial de vino después de Francia, Italia, Australia y España, con una participación en el mercado de 4,9%, pasando de ser un productor orientado al mercado interno a producir principalmente para el mercado externo².

Según cifras entregadas por Wines of Chile³, las exportaciones de vino a noviembre del 2007 presentan una tendencia positiva tanto en volumen (30,9%) como en valor (31%), respecto del 2006 (Cuadro N° 1).

CUADRO N°1

PRODUCTO	EXPORTACIONES TOTALES DE VINO POR PRODUCTO								
	ENERO - NOVIEMBRE 2006			ENERO - NOVIEMBRE 2007			Variación % 2006/2007		
	LITROS (Miles)	US\$ (Miles)	PRECIO PROMEDIO US\$/LTRS	LITROS (Miles)	US\$ (Miles)	PRECIO PROMEDIO US\$/LTRS	LITROS	US\$	PRECIO PROMEDIO
EMBOTELLADO	266.862	764.454	2,86	331.074	1.004.681	3,03	24,1%	31,4%	5,9%
ENVASADO	18.873	29.389	1,56	20.789	37.223	1,79	10,2%	26,7%	14,7%
GRANEL	146.746	90.485	0,62	214.099	115.277	0,54	45,9%	27,4%	-12,9%
CHAMPAGNE	1.461	4.321	2,96	1.675	4.995	2,98	14,6%	15,6%	0,7%
ESPUMOSOS y OTROS	579	1.872	3,23	1.252	4.648	3,71	116,2%	148,3%	14,9%
TOTAL	434.521	890.521	2,05	568.889	1.166.824	2,05	30,9%	31,0%	0,0%

Fuente: Wines of Chile

El mercado más importante para el vino chileno es la Unión Europea que recibe casi la mitad de los envíos y explica el 40% del crecimiento de éstos en el periodo enero-julio 2007. El principal país de destino es el Reino Unido (22% de las exportaciones), seguido de Estados Unidos (16,9%), Brasil (5,4%) y Alemania y Holanda con alrededor de 5% cada uno (Ver gráfico N°1).

Entre los 10 principales destinos, el mercado que mejor precio promedio pagó por los vinos chilenos fue Canadá

con US\$35,56 por cada caja de 12 botellas, por encima del precio promedio general del período (US\$26,53). El precio más bajo entre los mayores importadores lo registró el principal destino, Reino Unido, con US\$22,02. También pagaron un precio inferior al promedio Brasil y Rusia, con US\$23,40 y US\$22,62, respectivamente. Un valor promedio superior a US\$50 por caja pagan Argentina, Grecia y Portugal por el vino embotellado chileno, situándose como los mejores compradores del producto nacional⁴.



¹ www.todovinos.cl, Septiembre 2007.

² El vino chileno y sus competidores en el mercado mundial. Departamento de Estudios Direcon. Ministerio de Relaciones Exteriores.

³ Wines of Chile es un cuerpo promocional que representa a 90 bodegas chilenas. Tiene oficinas en Santiago y Londres. www.winesofchile.org

⁴ www.vendimia.cl

GRÁFICO N°1



Fuente: *Wines of Chile*

De acuerdo con información del SAG⁵, este año la producción total de vinos en Chile alcanzó a 8.277.460 de hectolitros (disminución de 2% respecto al año anterior), de los cuales 7.038.873 corresponden a Vinos con Denominación de Origen, equivalentes al 85% del total declarado; 879.062 hectolitros a Vinos viníferos corrientes sin Denominación de Origen, equivalentes al 10,6% del total declarado, y 359.525 hectolitros a Vinos provenientes de Uvas de Mesa, es decir, 4,3% del total declarado.

Del total de los vinos con Denominación de Origen producidos a nivel nacional, las regiones con mayor producción fueron la VII con 339.491.949 lts., la VI Región con 246.312.301 lts. y la RM con 80.573.661 lts.⁶, como se indica en el siguiente cuadro:

CUADRO N°2
PRODUCCIÓN DE VINOS AÑO 2007 (Hectolitros)

REGIÓN	Vinos con D.O.	Vinos sin D.O.	Vinos de Mesa	Total
III	0	260	0	260
IV	165.379	14.764	4.186	184.329
V	160.608	234	6.611	167.453
R.M.	805.737	14.776	119.111	939.624
VI	2.463.123	41.543	225.832	2.730.498
VII	3.394.919	651.122	3.599	4.049.640
VIII	49.107	156.363	186	205.656
Total	7.038.873	879.062	359.525	8.277.460

Fuente: *Informe de Producción de Vinos 2007, SAG*

⁵ Informe de producción de vinos 2007, Servicio Agrícola Ganadero, SAG.

⁶ www.todovinos.cl

Esta alta producción se debe al importante aumento que ha experimentado la superficie de plantaciones vitícolas. Según datos del Catastro Vitícola Nacional elaborado por el SAG, en el 2006 el viñedo chileno alcanzó un total de 181.842 hectáreas, compuesto por vides destinadas a vinificación (116.792 há.), vides para consumo fresco (4.987 há.) y vides para pisco (10.062 há.). Estas plantaciones están localizadas entre las regiones de Atacama y de Los Lagos, concentrándose las mayores superficies en la Región del Maule, seguida por la Región del Libertador Bernardo O'higgins y la Metropolitana. De la superficie total de viñedos destinada a vinificación, el 75,6% corresponde a cepajes tintos y el 24,4% a cepajes blancos.

Perspectivas de la Industria del Vino

Según proyecciones de la consultora IWSR⁷, el consumo y la producción mundial de vinos seguirán creciendo en los próximos años. En el periodo 2004-2008, el consumo mundial de vinos debe crecer 6,3%, mientras que la producción registrará un aumento de 6,4%. Así mismo, indicó que "las perspectivas para los próximos años son del todo positivas para la industria del vino a nivel mundial, tanto por el aumento del consumo y la producción, como el crecimiento de las ventas en términos de valor".

Todos estos antecedentes permiten pensar en un buen futuro exportador para el sector en Chile, sin embargo, a pesar de la tendencia positiva en volumen, valor y precio, el bajo nivel del tipo de cambio afecta de manera importante la rentabilidad del sector⁸, en tanto que el desaceleramiento de la economía Norteamericana y su posible efecto en otras economías de Europa, podría afectar negativamente la demanda por vino. Esto, junto a la alta competitividad del mercado internacional hace imprescindible contar con un producto diferenciado que le permita a la industria viñatera nacional mantenerse en el mercado y abrir nuevos espacios. En palabras del gerente general de Wines of Chile, Ricardo Letelier, se debe "continuar con el esfuerzo público-privado de manera de mantener altas tasas de crecimiento con un foco en los vinos de mayor valor agregado".

Para ello, los empresarios señalan que hace falta una fuerte promoción de la imagen de Chile en el extranjero,

puesto que se trata de un sector que se mueve cada vez más hacia el polo de la producción de vinos top para hacer frente a la crisis por la apreciación del peso respecto del dólar y que busca potenciar la imagen país en los mercados internacionales, para poder aumentar los márgenes de ganancia⁹.

La Organización Gremial de la industria vitivinícola y la RSE

A fines del 2006, Chilevid y la Asociación de Viñas de Chile se unieron en "Vinos de Chile" A.G., que agrupa a 92 viñas, responsables del 95% de las exportaciones del país, que tiene oficinas en Santiago, Londres y Nueva York. René Merino, nuevo presidente de la organización señala respecto de su agenda "vamos a seguir trabajando sobre los mismos puntos, preocuparnos de Wines of Chile, de la capacitación del sector, del desarrollo tecnológico, del bajo tipo de cambio que enfrenta la industria y de potenciar la imagen país. Para llevar el vino chileno un escalón más allá. Esa promoción incluye difundir las buenas prácticas agrícolas, las buenas prácticas laborales, la estabilidad del país, mostrar que somos diversos, innovadores y que tenemos calidad"¹⁰.

Frente a los argumentos de "distinción" y "potenciar imagen", la Responsabilidad Social Empresarial, RSE, podría constituirse en "la oportunidad de consolidación del vino chileno, como una marca que se destaque no sólo por su calidad e inocuidad, sino también porque es producido bajo condiciones éticamente responsables que no involucren costos sociales y/o ambientales" (Caro, 2006)¹¹. Sin embargo, aún las viñas no han iniciado procesos concretos de aplicación de prácticas empresariales socialmente responsables. Es más, en la investigación citada, ninguna de las 39 empresas entrevistadas tiene como parte de su agenda o está implementando un sistema de gestión integral y lo que es peor, un 31% de ellas declaró no tener interés en conocer más acerca del tema.

En Casablanca

Al analizar los componentes de RSE en la industria del vino de Casablanca, los principales avances se dan en el ámbito ambiental e inocuidad del producto, lo que se debe en gran medida a la implementación de certificaciones como HACCP e ISO en los procesos industriales.

⁷ *Internacional Wines and Spirits Record. Consumo y producción mundial de vinos seguirán creciendo. En www.todovinos.cl Julio 2005*

⁸ *www.vinasdechile.com*

⁹ *Preocupaciones de las viñas: pobre imagen país y bajo tipo de cambio. El Mercurio, 26 de julio de 2007. En www.vinasdechile.com*

¹⁰ *Diario financiero 26 de septiembre de 2007. "La industria del vino tiene que moverse a segmentos de mayor precio" En www.vinasdechile.com*

¹¹ *La Industria del Vino, una mirada desde la Responsabilidad Social Empresarial. Realizada en el Maule.*

Lamentablemente, no se puede decir lo mismo respecto de las condiciones laborales de la mayoría de los trabajadores/as, sobre todo dado el alto porcentaje de subcontratación sin el debido monitoreo de las prácticas empleadoras; y tampoco son favorables las relaciones entre las empresas y las comunidades en donde se insertan.

En el Valle de Casablanca, que ha logrado posicionarse nacional e internacionalmente como el mejor valle de Chile para los vinos blancos, existe una experiencia inédita de certificación de viñedos con Eurepgap¹². Este protocolo, aunque es específico para la industria frutícola, ha sido posible de implementar y al parecer ha provocado cambios favorables en términos de higiene y seguridad para los/as trabajadores/as de plantaciones vitícolas.

Sin embargo, aun queda mucho por hacer, tal como lo señala el enólogo de Viña Indómita, “la calidad del vino chileno está bien, pero la situación de los trabajadores es mala. Los trabajadores pagan el precio”¹³. ¿A qué se refería con esta afirmación?. Como veremos más adelante, es usual que las empresas descuiden las condiciones de las/os trabajadoras/es y paguen salarios precarios, a fin de mantener precios competitivos.

Objetivos y metodología

Este estudio pretende hacer un diagnóstico del estado de la RSE en la industria del vino en el Valle de Casablanca, a fin de contribuir a orientar los primeros pasos de un proceso de incorporación de estándares éticos y responsabilidad social en las empresas del sector y así, aportar en la senda del trabajo decente¹⁴.

Para ello, se realizó durante el año 2007 un estudio cualitativo, cuya técnica de recolección de datos fue la entrevista semi estructurada. Se entrevistaron actores locales de diversos ámbitos, tales como, el gerente de la Asociación de Empresarios Vitivinícolas del Valle de Casablanca, uno de los directores de la misma asociación, el presidente de la Unión Comunal de Juntas de Vecinos de Casablanca, las encargadas de la Oficina de la Mujer y Organizaciones Comunitarias de la Municipalidad de Casablanca, una parvularia del Jardín Infantil Los Patroncitos, una funcionaria de la Inspección del Trabajo y la encargada del Departamento de Salud Ocupacional de la V Región de Valparaíso. Se entrevistó a 8 trabajadores/as (5 mujeres y 3 hombres) que se desempeñaban en distintas empresas del sector tanto en calidad de permanentes como temporales, así como contratados/as directamente o a través de contratistas y finalmente a dirigentas de los sindicatos de asalariadas con jurisdicción en la comuna de Casablanca.

Además, se usó información recogida a partir de dos talleres realizados por CEDEM con la Asociación de Empresarios Vitivinícolas en los meses de marzo y septiembre e información secundaria como estudios, estadísticas, etc., respecto de la industria del vino.



¹² Eurepgap (recientemente Globalgap) es un protocolo de certificación de buenas prácticas agrícolas creado por Euro-Retail Produce Working Group (asociación de productores agrícolas y minoristas) en 1997, que fija estándares de seguridad alimentaria, ambientales y laborales para la producción agrícola. Más información en www.globalgap.org

¹³ De nieuwe wijnmakers. 2006

¹⁴ Concepto acuñado por la OIT definido como el “trabajo productivo en condiciones de libertad, equidad, seguridad y dignidad, en el cual los derechos son protegidos y que cuenta con remuneración adecuada y protección social” (1999)

2. Antecedentes generales de Casablanca

Casablanca, cuyo nombre original fue Santa Bárbara La Reina de Casablanca, fue fundada el 23 de octubre de 1753. Fue reconocida desde sus comienzos por su “feroz suelo para el cultivo y por sus otrora lavaderos de oro”¹⁵. A partir de 1830 dada la estabilidad institucional y la creciente importancia de Valparaíso como el primer puerto del Pacífico, se erige como un importante eje de conexión entre los polos productivos y poblacionales más importantes del país, Valparaíso, San Antonio y Santiago. Sin embargo, al término de este “boom” y con el pasar del tiempo Casablanca quedó en el olvido, pasando a formar parte de un sin número de pueblos rurales muy cercanos a las principales urbes, a los que la modernización no llega.

El desarrollo vitivinícola de la zona se inició hace no más de veinte años, cuando se descubrió que sus características de clima y suelo eran favorables para la producción de uvas de gran calidad. “Casablanca se ha convertido en uno de los valles más importantes del país. El hermoso paisaje que ofrecen sus viñas apostadas a ambos costados de la Ruta 68, reflejan el gran desarrollo que la empresa vitivinícola ha conseguido gracias al privilegiado microclima”¹⁶. Lo contradictorio es que este desarrollo no ha llegado a todos por igual, lo que se constata a través de las estadísticas socioeconómicas de la Comuna y las opiniones de los/as trabajadores/as y vecinos de las grandes viñas.

2.1. Geografía y población

El Valle de Casablanca se ubica en la V Región, entre la Cordillera de Los Andes y el Océano Pacífico, a

una distancia de 80 km. de Santiago y 41 km. de Valparaíso y Viña del Mar. En él se sitúa la comuna del mismo nombre, que posee una superficie de 952.5 km², siendo una de las más extensas de la Región, aunque también una de las menos pobladas. Cuenta con 26.044 habitantes, de los cuales, el 71,4% corresponden a población urbana, representada por cuatro localidades: una ciudad (Casablanca), un pueblo (Quintay) y 4 aldeas (La Playa, Lo Vásquez, Las Dichas y Lagunillas). En tanto, la población rural corresponde a un 28,6%, repartido en numerosas entidades rurales.

La comuna es un corredor clave para las comunicaciones carreteras entre las provincias de San Antonio y Valparaíso, y entre la Región Metropolitana y la V Región. Las principales vías utilizadas son la ruta 68 CH, camino Valparaíso - Santiago, y la ruta F-90, camino Casablanca - Algarrobo (Ver Anexos N° 1 y 2).

2.2. Caracterización Socioeconómica de la población¹⁷

Según cifras del 2003, Casablanca tiene un Índice de Desarrollo Humano de 0,712 puntos, bajo en relación a la puntuación del país que alcanza 0,859. Del total de sus habitantes, más de la mitad corresponde a población femenina (52,1%), y un alto porcentaje a población joven. De hecho, casi la mitad está en etapa de escolaridad (42,71%)¹⁸, un 43% se encuentra entre los 0 a 24 años de edad, mientras que el 67,5% de la población tiene menos de 40 años. Cuadro N°3.

CUADRO N°3

Población comunal por tramo de edad, quinquenal

Categorías	Casos	(%)	% Acumulado
0-24	9.342	42.71	42.71
25-39	5.422	24.79	67.50
40-59	4.553	20.81	88.31
60 y más	2.557	11.69	100.00
Total	21.874	100,00	

Fuente: Elaborado a partir de Censo 2002

¹⁵ www.e-casablanca.cl

¹⁶ *Ibidem*

¹⁷ La información estadística sobre la comuna de Casablanca se obtiene desde los registros hechos en el Censo 2002 que se complementan con la encuesta Casen 2003 y con los datos proyectados al año 2005 que la propia municipalidad entrega al público a través de su página web: www.e-casablanca.cl.

¹⁸ Datos Casen 2006.

2.2.1. Economía y Empleo

La variabilidad ambiental y territorial de Casablanca ofrece condiciones favorables para el desarrollo de distintos tipos de actividades como son la agroindustrial, industrial, turística, cultural, etc. Posee una amplia reserva de bosque nativo (esclerófilo costero) y su superficie agrícola es la mayor del Gran Valparaíso con 98,7 km², representando el 10,4% de la superficie comunal, lo que le da estructuralmente un perfil comunal del tipo agrícola y de servicios de transporte¹⁹, siendo éstas las actividades más importantes, seguidas de la ganadería. Un 24,96% de las personas empleadas, lo hacen en el rubro de la agricultura y la pesca²⁰.

La industria se ha ido perfilando cada vez con mayor importancia, destacándose entre ellas Chiletabacos, frigoríficas y packings, Caimi (industria de cuero sintético), y Corpora Tres Montes. La actividad turística se asocia principalmente durante el año a la Ruta del Vino, con sus restaurantes y viñas y en verano al área costera de Quintay, lagunas y tranques.

Los sectores rurales tienen como característica económica principal la agricultura y ganadería, ambos de bajos ingresos. Por ejemplo la Viñilla, localidad principalmente vinífera con un alto porcentaje de su población empleada

como asalariada agrícola o temporera y con un porcentaje de pobreza del 78%²¹.

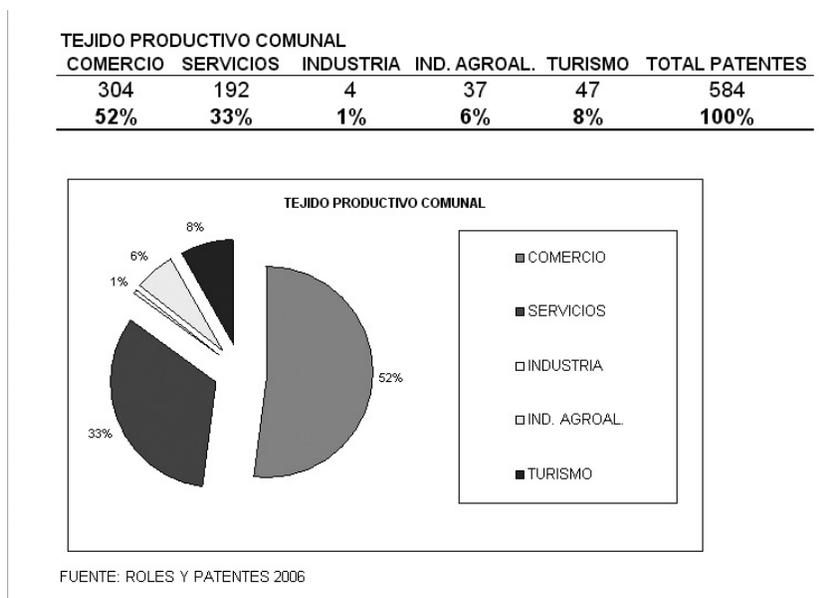
Del total de las empresas que existen en la comuna, la gran empresa representa sólo el 3,1%, pero su repercusión dentro del desarrollo comunal es importante, tanto para el presupuesto municipal, el empleo industrial como la generación de encadenamientos productivos.

El 80,4% del tejido productivo local está constituido por microempresas, potenciales generadoras de empleo y riqueza en la comuna. Sin embargo, la fuerte vulnerabilidad que tienen frente a los cambios del mercado las pone en riesgo de quiebra (50%)²² lo que se traduce en una fuerte volatilidad de ingresos, empleo y en un estancamiento permanente de su crecimiento²³ (Figura N°2).

El comercio y los servicios son las actividades con mayor número de patentes, en tanto la industria agroalimentaria sólo figura con un 6% de ellas. Esto porque muchas de las empresas, entre ellas las vitivinícolas, no necesariamente pagan su patente en Casablanca, sino que en las comunas donde se encuentran sus casas matrices, generándose así una sensación de "malestar" tanto desde el municipio como de los propios vecinos.

FIGURA N°2

Tejido Productivo Comunal



¹⁹ www.e-casablanca.cl

²⁰ www.observatoriourbano.cl

²¹ *Ibidem*

²² Sercotec

²³ Serplac comunal, proyección 2010

Las condiciones edafoclimáticas, la ubicación estratégica que conecta la ciudad capital, la capital turística, la capital patrimonial y el primer puerto de Chile en despachos, y la extensa tradición en servicios de transporte de Casablanca, la hacen por condición natural un potencial centro de abastecimiento agroalimentario.

Estas mismas características, “su extensión, potencial vial, condiciones atmosféricas y su política de protección ambiental, entre otras características, garantizan un so-

porte ecológico que marca la diferencia para cualquier empresa con responsabilidad social que decida instalarse en el sector”²⁴.

La última medición censal (Cuadro N°4) refleja un total de 15.950 personas en edad de trabajar (15 años o más). De éstas 8.407, es decir, un 52% constituyen población económicamente activa (PEA), correspondiendo en su mayoría a varones del sector urbano. Los cesantes alcanzan el 10% de la PEA, situación que se observa también en mayor medida en el sector urbano.

CUADRO N°4

Población Económicamente Activa (PEA)²⁵

Tipo de población	Total Comunal			Total Urbano			Total Rural			
	Ec. Activa	Total	Masc.	Fem.	Total	Masc.	Fem.	Total	Masc.	Fem.
Ocupada		7428	5445	1983	5126	3576	11550	2302	1869	433
Cesantes		847	576	271	636	419	217	211	157	54
Buscan Tr. Por 1ª vez		132	70	62	92	47	45	40	23	17
Total		8407	6091	2316	5854	4042	1812	2553	2049	504
Total 15 años		15950	8116	7834	11004	5400	5604	4946	2716	2230

Fuente: Instituto Nacional Estadística, 2002

El porcentaje de desocupados (personas cesantes o que buscan trabajo por primera vez), es de 7%, inferior al registrado tanto a nivel regional como nacional, aunque también lo son el porcentaje de participación²⁶ y el de ocupados (Ver anexo N°2).

2.2.2. Ingresos y pobreza

Según cifras de la Casen 2006, el 11,5% de la población de Casablanca se encuentra en situación de pobreza, mayor a la cifra a nivel país (10,5%), mientras que un 2,7% corresponde a población en situación de indigen-

cia. Cabe destacar que un 20,57% de los hogares cuenta con jefatura femenina²⁷.

En cuanto a los ingresos de los Casablanquinos, se observa que están muy por debajo de aquellos percibidos a nivel regional y nacional, promediando unos \$340.671. A su vez, el total de pobres es superior en el caso de Casablanca, aunque el índice de indigencia es bastante inferior a los que se observan tanto a nivel regional como nacional, como se ve en el cuadro N°5.

CUADRO N°5

Ingresos y pobreza

	Población	Ingresos(\$)	Pobreza (%)		
			Indigentes	Pobres	Total pobres
Nacional	16.114.983	540.575	3.2	10.5	13.7
Regional	1.654.141	412.074	2.9	12.4	15.3
Comunal	26.044	340.671*	3.1	11.5	14.6

Fuente: Casen 2006

(*) datos 2003

²⁴ <http://www.chilesat.net/uchile/casablanca/comuna.htm>

²⁵ PEA: son las personas que al momento de la realización de la encuesta se encontraban trabajando o buscando trabajo activamente.

²⁶ Porcentaje de la población en edad de trabajar que se encuentra en la PEA

²⁷ La jefatura femenina promedio en el país es de 32%, según datos del INE 2002. En “Mujeres Chilenas, tendencias en la última década”. SERNAM - INE 2004.

2.2.3. Situación de la Educación en Casablanca

Según la Casen 2003, un 24% de las personas cuentan con una educación de tipo científico-humanista completa, seguido de un 19,4% con educación media incompleta. La educación Universitaria se da sólo en una minoría de casos (2,3%).

El índice de analfabetismo verificado por la Municipalidad (5,7%) es prácticamente el doble del que se registra en la Región y casi dos puntos mayor al rango nacional (Ver anexo N°2). Siendo mayor la tasa entre los hombres (5%) que entre las mujeres (4,84%). En promedio, los hombres estudian entre 8 y 9,4 años, en tanto las mujeres lo hacen 8,3 a 9,5 años.

2.2.4. Participación Ciudadana en la comuna

Existe en Casablanca una importante carencia de participación de la población en organizaciones (54,2%), manifestación clara de la situación de desmovilización social en que se encuentran en general sus habitantes, sobre todo en relación a las organizaciones de tipo laboral, como sindicatos, cooperativas, talleres productivos, microempresas, etc. puesto que representan sólo a un 0,3% de la población. Lo mismo sucede cuando se trata de partidos políticos de cualquier tendencia, los cuales alcanzan un 0,7% de la población (Ver anexo N°2).

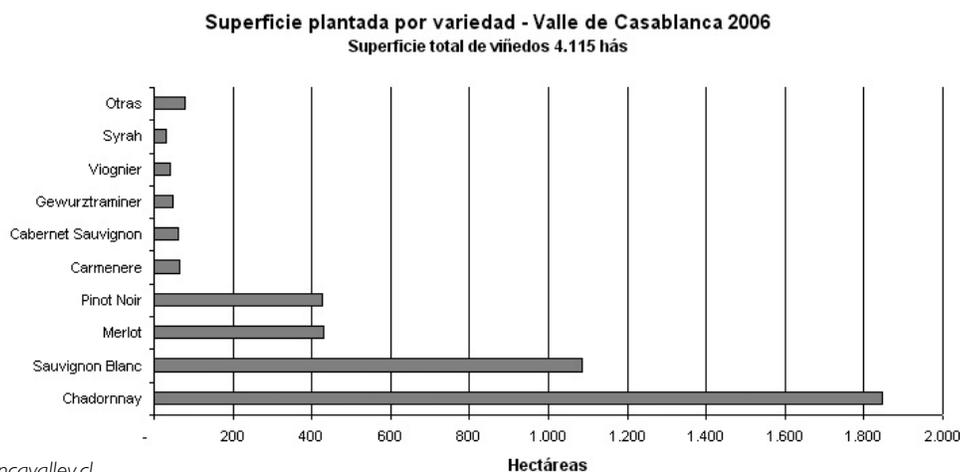
3. La industria vitivinícola de Casablanca: los contrastes evidentes

La historia vitivinícola del valle de Casablanca tiene sus orígenes en el año 1982, gracias a sus bondades geográficas se fue convirtiendo en uno de los lugares favoritos para el desarrollo de los nuevos proyectos asociados al mundo del vino en Chile, sobre todo luego de que el Estado, promulgara en 1995 la ley de Zonificación Vitivinícola y Denominación de Origen, a través del decreto N° 464 para los vinos que se produzcan en el país, la que comienza a implementarse desde el año 2001 a través del SAG. En ésta, se establece que los vinos con Denominación de Origen podrán usar o mencionar en

sus etiquetas, las regiones, valles y/o áreas, cuando al menos el 75% del vino haya sido producido con uvas provenientes de dicho lugar geográfico. En este marco, Casablanca queda establecida como una de las zonas de las denominaciones de origen de Chile y se extiende a la comuna del mismo nombre²⁸.

En consecuencia, Casablanca ha logrado posicionarse tanto en el país como en el extranjero como el mejor valle de Chile para los vinos blancos, en especial, Sauvignon Blanc y Chardonnay y dentro de los tintos el Pinot Noir.

FIGURA N°3



Fuente: www.casablancavalley.cl

Las aproximadamente 4.500 hectáreas totales plantadas de viñedos en el valle, cuentan con la más alta tecnología existente hoy en día, como torres de control de heladas, riego por goteo certificado y un exhaustivo manejo del viñedo que otorga uvas de primer nivel. Estas plantaciones pertenecen a 80 viñas, de las cuales sólo 42 son procesadoras de uva, mientras que el resto son productoras que les venden su cosecha anual a las primeras.

Aunque en términos de superficie y producción, Casablanca (23.557.728 litros con denominación de origen) está muy por debajo de otros valles como el Maule (67.892.453 lts), Curicó (75.453.295 lts) y Maipo (39.790.506 lts)²⁹, la calidad de sus vinos la ha relevado en importancia. De hecho, los precios obtenidos por el vino

en Casablanca son mayores que en otros valles³⁰, lo que es confirmado por el enólogo de Viña Indómita cuando señala "las ganancias en la zona de Casablanca son considerablemente mayores que en la zona de Curicó"³¹.

A esto se suma, el empeño de las empresas de la zona por potenciar la imagen del valle a nivel nacional e internacional. Varias de ellas por ejemplo se involucraron en "La Ruta del Vino de Casablanca" a través de un proyecto Profo, lo que las ha obligado y al mismo tiempo permitido, realizar importantes inversiones en infraestructura, como es posible constatar en las grandes y bellas bodegas que se observan desde la carretera, además de los restaurantes y casas de huéspedes de lujo que las acompañan.

²⁸ www.casablancavalley.cl

²⁹ Reporte de Vinos con Denominación de Origen del SA en www.sag.gob.cl/svyl/dec_cos/reportes1.d.asp

³⁰ Mientras en promedio el litro de vino blanco de Casablanca se paga a US\$3,68, el del resto del país tiene un promedio de US\$2,75. ODEPA Estudios de Cluster Exportadores Regionales (Enero 2007)

³¹ Enólogo de Viña Indómita, en *De nieuwe wijnmakers*. 2006

Fruto de esta misma iniciativa (Ruta del Vino), en Julio del 2001, un grupo de empresarios deciden fundar la "Asociación de Empresarios Vitivinícolas del Valle de Casablanca", asociación gremial que cuenta con 41 razones sociales, entre las que se encuentran 16 bodegas (Veramonte, Viña Carmen, Santa Rita, Casa Lapostolle, Casablanca, Casas del Bosque, Viña Catrala, Indómita, Kingston Family Vineyards, Viña Mar, Matetic, Morandé, Viña Quintay, Ventisquero, William Cole Vineyards y Viñedos Orgánicos Emiliana), 5 restaurantes que pertenecen a las viñas (Equilibrio de Matetic, House of Morandé, Indómita, San Marcos de Viña Mar, Tanino de Casas del Bosque) y 9 viticultores (Agrícola Tierra Nuestra, Agrícola Las Petras, Fundo Res. Santa Rita, Inmobiliaria Prado Verde, Viñedos El Ensueño, Viñedos Lo Ovalle, Fundo El Marco – Agrícola Los Boldos de Tapihue, Agrícola Lo Orrego S.A. y Sociedad Agrícola La Rotunda). Esta Asociación representa el 84% de la superficie plantada del valle, con 3.800 hectáreas y su misión es promover el valle y potenciarlo como denominación de origen a través de 3 áreas de acción: marketing y comunicaciones, turismo y viticultura y enología.

En definitiva las empresas del valle, cuya producción se exporta en un 90%, están trabajando incansablemente -como lo señalan en sus páginas web- para ser los "líderes y vanguardistas" dentro de la industria chilena en la búsqueda de "prestigio y reputación" en el mercado internacional.

La calidad de los vinos de Casablanca es una cuestión prácticamente resuelta, las condiciones del valle, similares a las famosas regiones viñateras del Valle de Napa y Carneros en California, permiten obtener excelentes mostos. Sin embargo existen otros factores que aun no han sido abordados por los empresarios para dar cuenta de la búsqueda de la excelencia de sus empresas y que tienen relación con los principios que orientan la RSE.

En un marco de RSE la empresa "debe incorporar en su gestión decisiones, políticas e inversiones, la participación continua de los grupos de interés en función de sus derechos y de la sustentabilidad de sus operaciones. Lo que significa, un modelo económico donde las empresas deben tener límites estrictos para su operación, equilibrar y armonizar las dimensiones de rentabilidad económica, bienestar social y protección ambiental en su actividad, desempeñando un rol fundamental, junto con la sociedad civil y el Estado, en el proceso destinado al logro de una sociedad más equitativa, justa y sustentable"³².

Esta definición de RSE no está incorporada en la política de ninguna de las empresas vitivinícolas de Casablanca, ni de la Asociación de Empresarios Vitivinícolas y tampoco forma parte de su misión e información corporativa (anexo nº 3). En consecuencia no es considerada en ninguno de sus ámbitos, sino que más bien se enfatiza la producción y el marketing y las acciones que autodefinen en términos de responsabilidad social son de carácter filantrópico y aisladas. Sin embargo, estas mismas acciones pueden ser el comienzo para instalar un proceso de RSE en el valle, sobre todo en estos momentos en que se encuentran estructurando su plan de marketing estratégico en donde -según uno de los directores de la Asociación- la RSE adquiere una importancia relevante.

Sobre la situación de los aspectos básicos y centrales de la RSE en el presente en Casablanca, tales como la protección del medio ambiente, la relación con la comunidad y las condiciones laborales de las empresas para sus trabajadores/as, se observa:

3.1. RSE y Protección del Medio ambiente

Sin duda que es en el ámbito medioambiental, en el que Casablanca ha dado sus pasos más importantes. Según el gerente de la Asociación de Empresarios Vitivinícolas, la mayoría de las empresas han adscrito al Acuerdo de Producción Limpia (APL), instrumento obtenido del trabajo conjunto desarrollado por la Corporación Chilena del Vino, el SAG, la Superintendencia de Servicios Sanitarios, el Consejo Nacional de Producción Limpia y la CONAMA, que tiene por objeto "avanzar en un proceso creciente de eficiencia productiva, prevención de la contaminación en la fuente, minimización de residuos a través del reciclaje y reutilización, y el cabal cumplimiento de la normativa ambiental vigente que regula el tratamiento y disposición final de los residuos industriales líquidos y sólidos de las viñas y bodegas de vino, así como la aplicación y uso de productos fitosanitarios, mejoras en las condiciones de higiene y seguridad laboral y la promoción de las buenas prácticas agrícolas"³³. Este acuerdo tiene como base el cumplimiento de las normativas que regulan todas estas materias (anexo N°4).

A juicio del gerente de la Asociación, sin embargo, la firma del APL no ha logrado generar acciones secundarias de mayor alcance, que avancen más allá de lo que las leyes chilenas estrictamente están exigiendo en materia de tratamiento de residuos, y que se podrían enmarcar

³² Documento "Hacia una cultura de Responsabilidad Social Empresaria". Red Puentes. 2004.

³³ Acuerdo de Producción Limpia de la Industria Vitivinícola Chilena

en una propuesta más sustentable de RSE en el plano ambiental. Señala “el APL es nada más que cumplir con la ley, o sea, básicamente es decir, sí cumplo”³⁴.

Otra experiencia es la de algunas empresas de la Asociación que certificaron sus viñedos bajo el protocolo Eurepgap, para lo cual, la organización realizó un seminario orientado a conocer los instrumentos disponibles de certificación de buenas prácticas agrícolas (BPA) y así elegir alguno que fuera pertinente a la realidad vitivinícola y les permitiera mejorar las condiciones medioambientales y laborales dentro de las viñas. Aunque se trata de un protocolo particular para la industria de la fruta, ya son 1.200 las hectáreas certificadas³⁵ y hay otras 1.000 que están en vías de hacerlo.

Igualmente es importante el aporte de las buenas prácticas de manufactura (BPM)³⁶ y certificaciones como HACCP³⁷ e ISO 14.000 al interior de las bodegas, que minimizan riesgos de contaminación, junto con la preservación de fauna y flora que realizan algunas viñas en sus territorios, como en el caso de Veramonte cuyo viñedo está rodeado por más de 4.500 hectáreas de bosque nativo y posee un tranque con más de 24 especies de pájaros³⁸.

3.1.1. Un tema sensible: el manejo de plaguicidas de la industria

La Asociación de Empresarios sostiene que los impactos ambientales que generan las viñas son mínimos, porque de hecho hay un 30% de ellas que tienen producción orgánica, mientras que el resto tiene un programa de fumigación ineludible para obtener una buena producción, pero de bajo impacto. En general se usa azufre, justificando que es mucho mejor que cualquier otro producto químico. Afirman que la población tiene una percepción equivocada sobre el volumen de aplicación y que las certificaciones que poseen los campos les exigen demostrar un uso moderado y justificado de los plaguicidas, en tanto que el producto final debe estar exento de residuos.

Al respecto, el enólogo de Indómita señala que en Casablanca, “la utilización de herbicidas y pesticidas se ha limitado al mínimo”. Como ejemplo menciona “unas semanas antes de la vendimia se fumiga con sulfato... intentamos que los trabajadores se mantengan alejados de los bloques fumigados porque los productos químicos pueden producir irritación en los ojos” Sin embargo, es el primero en reconocer que no siempre se consigue, lo que es un gran problema³⁹.

A pesar de avances en términos de adscripción formal de los estándares ya mencionados, la percepción de la comunidad y los/as trabajadores/as es distinta y opuesta.

Por un lado, efectivamente las personas de la comunidad laboral y social desconocen los instrumentos técnicos suscritos por las empresas y probablemente estén lejos de comprender sus alcances de manera inmediata. De lo que se desprende que un primer problema tiene que ver con la falta de información y de mecanismos de transparencia. En segundo lugar, el uso excesivo de agrotóxicos lo explican por los efectos indirectos en sus producciones domésticas de uva, que si bien parecieran ser en primera instancia positivos, generan temor por los efectos secundarios que puedan producir. Tercero, la principal preocupación de los habitantes reside en las consecuencias directas que producen los agroquímicos en la salud de las personas: bronquitis, alergias, intoxicación y abortos espontáneos; y dado que se han detectado casos en esta área, construyen una percepción negativa generalizada del manejo ambiental de la producción de vino.

Las siguientes son opiniones de dirigentes, profesionales del municipio y trabajadores/as⁴⁰, que evidencian lo anterior:

“...en los parrones que tú tienes en Casablanca la uva se dio perfecta, yo nunca había visto en mi vida uva tan bonita en mi casa, no tenía ni bichos y eso que se había mojado, nada, perfecta... la botritis esa, nada porque todo lo que echan alrededor le llega a mi viña también, a mi parrón.”

³⁴ Entrevista con el gerente de la Asociación de Empresarios Vitivinícolas del Valle de Casablanca, A.G., el 31 de agosto de 2007

³⁵ El proyecto significó alrededor de \$90 millones y contó con apoyo de CORFO. Las empresas certificadas hasta ahora son: Agrícola Lo Orrego S.A., Agrícola y Viñedos Lo Ovalle Ltda., Sociedad Agrícola La Rotunda, Agrícola Santa Dorita Ltda., Sociedad Agrícola Don Manuel, Toribio Larraín, Agrícola Las Petras, Agrícola y Ganadera Tierra Nuestra Ltda., Sociedad Agrícola y Forestal Llanca, Sociedad Agrícola Santa Marta Ltda., Sociedad Agrícola Santa Dara S.A., Filomena Narvéez, Sergio Salgado Segura, Roberto Uriví y Agrícola El Ensueño Ltda.

³⁶ Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) o Good Manufacturing Practices (GMP), forman parte de un Sistema de Aseguramiento de la Calidad destinado a la producción homogénea de alimentos, son aquellas acciones generales de prácticas de higiene y procedimientos de elaboración que incluyan recomendaciones sobre materia prima, producto, instalaciones, equipos y personal. Son los procesos que controlan las condiciones operativas dentro de un establecimiento con el objeto de obtener alimentos inocuos.

³⁷ Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control

³⁸ Información obtenida de la página web de viña Veramonte, www.veramonte.cl

³⁹ De nieuwe wijnmakers. 2006

⁴⁰ Fueron entrevistadas/los 5 mujeres y 3 hombres (trabajadores temporales y permanentes) que se desempeñan en predios vitícolas de Casablanca. En promedio tienen 12 años trabajando en este rubro y llegaron a él porque era la única oferta laboral a su alcance en ese momento.

“...cuando llovió (16 febrero 2007) eso nos va a afectar enormemente porque la fumigación fue a todo nivel porque con la lluvia le entran hongos a la uva, entonces la empezaron a fumigar, la secaron con helicóptero y de allí empiezan a fumigar todo el valle así que te podrás imaginar cómo estamos. Fumigaron sábado y domingo y muchos todavía están terminando... ahora se van a empezar a ver las bronquitis y las alergias”⁴¹

Una respetada dirigente señala que “se utilizan a menudo fumigantes, con más frecuencia de lo que declaran formalmente los productores de vinos, sobre todo entre junio y febrero cuando se optimiza la condición de las cepas y las uvas. Los trabajadores andan simplemente entre medio”⁴²

“Estábamos desbrotando, porque ellos iban echando líquido y nosotras detrás desbrotando... estábamos amarrando y estaban echando “dolmen” una espuma, entonces llegó hasta donde estábamos y nos intoxicamos 2 personas y nos llevaron al IST, estuvimos como 2 días en el hospital, ese es el líquido más fuerte que se usa en todos los predios acá, es muy delicado ese líquido... “En el fundo La Toma, ahí me intoxicué con el “rander”, ese es otro líquido, ahí estaba embarazada yo, no sabía que estaba embarazada más de un mes y lo perdí, fui yo al hospital, porque me sentía muy mal y el jefe me vino a dejar aquí y de aquí me fui al hospital... llegué allá y me dio hemorragia” (trabajadora permanente)

Lamentablemente, los mismos trabajadores y trabajadoras han asumido como parte de su realidad la falta de preocupación de sus empleadores sobre los riesgos y peor aun, le restan importancia a ciertos productos -como el azufre⁴³- indicando que no son dañinos, cuestión que pasa también por la falta de información por parte de los empleadores:

“no es tanto, pican los ojos un rato y se enrojecen pero nada más” (trabajador permanente)

“el contratista no nos dice nada en cuanto a los riesgos, a él le interesa ganar plata no más y listo” (trabajador permanente)

De todo lo anterior se puede apreciar que hace falta un conjunto de medidas orientadas a conciliar las opiniones de unos y otros con respecto al tema medio ambiental,

entre ellas una campaña de información de parte de los empresarios a la comunidad, una mayor y mejor capacitación a los trabajadores y trabajadoras -incluidos administradores y capataces- con respecto a los riesgos de exposición a los productos fitosanitarios y fundamentalmente desarrollar un trabajo intersectorial -municipalidad, organismos fiscalizadores, empresarios, trabajadores/as y comunidad- para que sea un aporte en el mejoramiento de la situación actual y la promoción del cuidado del medio ambiente en Casablanca. Sin embargo, para que esto ocurra, hace falta en principio una mayor sensibilización de los empresarios vitivinícolas con respecto a los riesgos para la salud y el medio ambiente del uso y sobre todo del mal uso de pesticidas.

3.2. Relación con la comunidad: desafíos para aportar al desarrollo sustentable

Como se señalara antes, las acciones que realizan, al menos las empresas que pertenecen a la Asociación de Empresarios Vitivinícolas en relación a la comunidad, son de carácter filantrópico, porque son esporádicas y/o de carácter asistencial. Han apoyado al Jardín y Hogar de Niños de Casablanca (dependiente de la JUNJI), al Hogar de Ancianos (administrado por el Hogar de Cristo), a los Bomberos y la pavimentación de caletas. Los aportes para ambos hogares han sido cuantiosos y se han traducido en el mejoramiento efectivo de sus infraestructuras en términos de calidad y capacidad. Sin embargo, este no es un apoyo sistemático ni forma parte de una política interna formal y programada, sino que la ayuda ha sido en respuesta a la solicitud concreta de estas entidades.

María Cecilia Aguilar, parvularia del Jardín de la JUNJI “Los Patroncitos”, que atiende preferentemente a hijos/as de temporeras durante el verano, madres adolescentes y niños/as en riesgo social y derivados del tribunal de familia, señala que los viñateros aportan de manera voluntaria el dinero que recaudan a través de la cena de “pan y vendimia” que se realiza desde hace un par de años.

Estos aportes, sin embargo, son desconocidos por parte de la comunidad, puesto que ni la Asociación, ni las empresas han hecho difusión de los mismos. Por el con-

⁴¹ Entre enero y junio del año 2002, según REVER, fueron 15 los casos de intoxicaciones agudas y 4 brotes colectivos, producto del uso de azufre en el trabajo. En: www.epi.minsal.cl

⁴² De nieuwe wijnmakers. 2006

⁴³ El azufre puede ser dañino si es inhalado causando tos, sensación de ardor traqueal y puede llegar a producir edema pulmonar. En contacto con los ojos puede producir irritación y posible conjuntivitis. Puede causar irritación a la piel y en caso de ingestión puede actuar como laxante, manifestándose náuseas y vómitos. Información en: www.basf.cl

trario la comunidad cree que los empresarios del vino no tienen ningún interés en Casablanca ni en acercarse a sus habitantes y organizaciones. La percepción hacia la industria es negativa, consideran que las viñas no les reportan ningún beneficio, sino que más bien los perjudican.

El presidente de la Unión Comunal de Juntas de Vecinos enfatiza en la falta de vinculación de las empresas con la comunidad organizada y en la inexistencia de espacios de diálogo para ello:

“...en cuanto a los vinicultores, que ellos estén inmersos en la comuna misma, con las fuerzas vivas no hay ningún acercamiento... ellos tienen un mundo aparte”⁴⁴

“beneficios... no veo, o sea a lo mejor es beneficio para la gente que le digo yo que está trabajando, que no tiene donde trabajar que gana su sueldito que se mueve”

El único beneficio que ven tiene relación con la generación de empleo, pero las condiciones salariales del mismo son precarias. Las empresas no han logrado establecer una relación permanente, ni menos sustentable con las organizaciones sociales de Casablanca, de tal manera que desconocen la realidad que viven día a día los vecinos, sus problemas, sus necesidades, etc.

“Entonces la viña ha sido un aporte, pero para la bonitura del valle. Porque tú ves y dices: que lindo el valle pero no ves el interior mismo, el problema que tenemos nosotros los Casablanquinos... porque si se da cuenta la ruta del vino no pasa por Casablanca. Si usted va a Valparaíso al rodoviario ve que dice con toda pompa “Ruta del Vino” y a los turistas me los traen... los pescan allá en el cruce del operador por la ruta y los llevan al House de Veramonte y al Indómita Wine, uno que otro turista huacho que queda por aquí que yo sepa...”

“ellos tienen todo ahí, sus productos, que le venden el llavero, el gorro, el jockey, la polera que dice Viña Veramonte entonces el turista compra allá todo, le meten el almuerzo, le meten el vino, entonces el turista no conoce Casablanca. Entonces dice: la ruta del vino de Casablanca y a mí me da risa y me da vergüenza”.

Otro impacto de importancia que ha tenido para la comuna la presencia de gran cantidad de viñas, es la llegada de trabajadores y trabajadoras migrantes con sus familias, las que muchas veces se quedan a vivir, lo que lleva a engrosar el número de pobres y personas que deben ser atendidas por la municipalidad, por el sistema escolar

y otras reparticiones públicas con los limitados recursos de los cuales disponen. La percepción de los vecinos, deja entrever una cuota de discriminación al afuerino, al vincularlos con la delincuencia y las malas prácticas:

“...es un impacto porque mucha de esa gente viene con antecedente malos, llega de todo, bueno y malo y mucha gente... el impacto más grande es que esa gente se queda por acá, trae su media naranja con sus hijos, vive por ahí en las mediaguas o vive en unos nylon hasta que viene la municipalidad y empiezan a quedarse aquí y empieza la ayuda social, muchas carencias... en los colegios mismos... todos esos recursos que eran para la gente de Casablanca tienen que implementarlos en ayuda social para la gente de afuera. No se puede dejar botada a una familia durmiendo en un nylon, entonces que las mediaguas, que después postulan a un subsidio de agua, de luz, todas esas cosas, entonces se quedan aquí porque a lo mejor en el sur debe ser mucho más malo, por eso que vendrán por aquí y mucho delincuente también...”

El gerente de la Asociación de Empresarios, asume que la llegada de 3.500 a 5.000 trabajadores/as en la temporada de vendimia genera un problema, puesto que hay mayor delincuencia, colapsa el consultorio, el transporte, etc. Aunque, señala que no hay preferencia por contratar mano de obra migrante, igual afirma que los forasteros son más eficientes: *“al empresario lo que más le interesa de la mano de obra temporal es que sepa hacer bien la pega”, “...por eso aquí se trae gente de Colchagua, son gallos que han trabajado toda la vida en viñedos y saben perfectamente las pegas...”*; *“...en el fondo es mucho más eficiente...”*

Con todo, la comunidad sigue teniendo expectativas claras respecto de su relación con las empresas vitivinícolas, y están orientadas, en primera instancia a que las empresas desplieguen una labor de retribución a la comunidad donde tienen emplazadas sus operaciones. Dirigentes vecinales demandan un aporte en las áreas de educación, capacitación y turismo, que redunde en un desarrollo sustentable de la comuna:

“...nosotros teníamos otro sueño con eso que la comuna creciera... creciera en cuanto a qué: a hacer ellos mismos (empresarios) colegios de viticultura, a ayudar más a la comunidad. ... aquí el señor alcalde les ha dado todas las facilidades para que ellos trabajen”, “ellos son personas que tendrían cómo hacerlo, aparte de eso parece que ellos pueden hasta descontarlo como ayuda social, está en la ley eso, la de la cultura”

⁴⁴ Opinión compartida por dos directoras de la Unión Comunal de Juntas de Vecinos y la encargada de organizaciones comunitarias de la municipalidad.

“sin ir más lejos, ninguna viña tiene en Casablanca una oficina y que costaría una oficina de 3 por 4 donde diga Viña Concha y Toro por ejemplo. Tener la viña una tienda y que pasen y decir aquí están los folletos vaya a la viña tanto. Ninguna viña tiene aquí en Casablanca una dependencia”

En relación a ello, la Asociación, está patrocinando a una escuela técnica agrícola para que su malla de estudios sea pertinente al mundo laboral local. Sin embargo, esta iniciativa, así como las otras mencionadas, se piensan y planifican sin la participación de la comunidad organizada. Por otra parte, siguen siendo asumidas como “aportes” y no en el marco de la responsabilidad social por parte de la empresa. En cuanto a promover el turismo en Casablanca, resulta paradójico que las empresas lo hagan en otras comunas como Viña Mar a través de un convenio con la Municipalidad de Viña del Mar. El gerente de la Asociación de Empresarios Vitivinícolas señala que se hicieron intentos junto a la Municipalidad de Casablanca pero la comuna no está preparada para recibir al tipo de turistas que atrae la industria del vino, sin embargo están abiertos a nuevas posibilidades.

La Municipalidad, por ejemplo da cuenta a través de su página web de las múltiples alternativas turísticas con las que cuenta la comuna como sus paisajes naturales y campestres, la tranquilidad y la belleza de la vida campesina, el Encuentro de Payadores Internacional anual que la misma organiza y su patrimonio arquitectónico, como la Parroquia de Santa Bárbara ubicada a un costado de la Plaza de Armas que data de 1680 y las viviendas coloniales dentro de todo el territorio como Hacienda de Lo Orrego Abajo, del siglo XVII-XIX, Hacienda Los Perales de Tapihue y la Casa de la Familia de San Alberto Hurtado, por nombrar algunas, las que perfectamente, podrían incorporarse a las rutas del vino.

Una vía de solución para toda esta problemática sería abrir espacios de diálogo social y construir una agenda común de desarrollo sustentable para la comuna, en que todos los actores participen. Un primer paso es que la empresa conozca la situación real en que viven los habitantes de Casablanca y su percepción respecto de la misma, en tanto que la comunidad se informe de las acciones que realizan las empresas en su favor, pero por sobre todo, que ambas partes se conozcan, compartan y generen confianza para que juntos puedan pensar, planificar y desarrollar acciones que permitan una convivencia sustentable.

3.3. Condiciones laborales: el trago más amargo

Este ámbito es uno de los más controversiales en el valle. Sin duda que la calidad de los vinos de Casablanca junto a las buenas condiciones climáticas, se debe al trabajo minucioso y delicado de numerosos hombres y mujeres. Ya lo señala Viña Casas del Bosques en su web “creemos necesario rescatar aquellas tradiciones del pasado que hacen que un vino sea de calidad superior, es por esto que, absolutamente todos nuestros viñedos son cuidadosamente cosechados a mano”. Sin embargo, son pocas las iniciativas de mejoramiento de las condiciones laborales de los trabajadores y trabajadoras.

Si bien en el caso de los trabajadores permanentes la situación es un poco mejor (aunque no por ello carente de problemas), la realidad que viven los temporeros y temporeras es muy precaria, lo que resulta relevante dado el alto número que alcanzan en vendimia. Según el Gerente de la Asociación, en una empresa que regularmente tiene a 10 personas trabajando, en temporada alta superan las 200, es decir, hay un aumento del 2.000%, constituyéndose en la principal mano de obra de la industria.

Ante esta realidad, él mismo afirma que existen diferencias entre los/as trabajadores/as permanentes y de temporada. La relación que se establece entre la empresa y sus trabajadores/as permanentes es especial, en el sentido de que además de tener un contrato indefinido y probablemente integrar un sindicato, viven generalmente dentro del campo, almuerzan en sus casas, no pagan cuentas de servicios básicos y tienen apoyo en salud, educación, etc. En cambio un/a temporero/a llega en un bus, se baja, trabaja y se va en el mismo bus de vuelta y muchas veces si decide no volver, simplemente no lo hace. Con respecto a las instalaciones, señala que son las mismas para todos y que en general los campos cuentan con lockers, agua potable, baños, comedores, etc.



3.3.1. Irregularidades de los contratistas

El mayor número de irregularidades en cuanto a incumplimiento de contratos, pago de salarios y condiciones generales del trabajo, se presentan cuando está de por medio un contratista.

Abundan testimonios de trato impersonal y faltas graves como evasión de responsabilidades salariales:

“no se como se llama, Navarro creo que se llama, Vicente Navarro, pero todavía no nos hace contrato, todavía no sabe ni como me llamo yo” (trabajador temporero)

“se hacen los lesos los gallos, ahora mismo me querían pagar \$50.000 y yo tenía ganadas \$150.000, ya po’ y me fue a pagar \$50.000 y yo no le aguanté, me paga las \$150.000 le pido yo y los jefes de la Mina El Agua me fueron a pagar, el patrón mió no fue para allá (contratista), no me fue a pagar estaba escondido en una pieza” (trabajador temporero)

Existe una alta informalidad en las relaciones laborales que se establecen, que se expresa en la falta de contrato y el bajo respeto general por los derechos del trabajador/a como la extensión de la jornada laboral, el salario, etc.

“nos fuimos a pie a buscar pega pa’ allá, estuvimos medio día, nos pagaron ese medio día, el día jueves no fui a trabajar, porque no pudimos levantarnos por el cansancio, entonces nos pagaron medio día del día miércoles, nos pagaron día viernes y el día sábado, toda esa cantidad de plata...” (trabajadora temporera)

El mismo gerente de la Asociación de Empresarios Vitivinícolas se manifiesta de acuerdo con dichos relatos, al señalar que la figura del contratista es “cruel”, puesto que se trata de una persona que margina sobre lo que se le paga al trabajador y cita como ejemplo (dando un monto cualquiera) que si el contratista negocia en \$4.000, se queda con \$1.000 y le paga \$3.000 al trabajador/a. Sin embargo, justifica el uso de los mismos por razones de operatividad: “si en una labor por ejemplo estás necesitando a 50 personas al día, es decir que todos los días lleguen 50 personas para hacer una determinada pega... finalmente reduces en la práctica el problema... esa preocupación generalmente tu la desvías en un tercero, que es un tipo que se especializa en conseguirte los 50 a todo evento”.

Es en este tipo de decisiones, como la de usar o no contratistas para conseguir mano de obra, donde se pone a prueba el hecho de tener incorporada una visión de RSE.

3.3.2. Jornada, contratos, salario: necesidad de alcanzar estándares éticos

En términos puntuales, en lo que se refiere al contrato de trabajo, aunque la gran mayoría de los/as trabajadores/as reconoce la existencia de contratos escritos⁴⁵, éste muchas veces es poco claro, no especifica el monto de la remuneración, la forma de trabajo (al día, por producción...), etc. Los/as trabajadores/as no reciben sueldo mínimo y cuando hacen horas extras no siempre se las pagan. En tanto, la mayor parte del tiempo, el trabajo se da por terminado ad portas de días festivos, para evitar pagarlos como días laborales:

“no tengo contrato en este momento, ni siquiera estoy firmando el libro así es que no sé”

“los productores que peor reputación tienen son Veramonte, Concha y Toro y Santa Emiliana. A veces las empresas chilenas son aún más duras que las extranjeras. Despiden a los trabajadores en noviembre para no tenerles que pagar un plus por los días festivos, lo cual supone entre 15.000 y 20.000 pesos” (trabajadora temporera)⁴⁶.

De acuerdo a un monitoreo realizado por el Observatorio Laboral Chile de CENDA⁴⁷, existe una pausa en agosto/septiembre cuando la mayoría de las empresas no tiene trabajo de temporada. Esto significa que se corta el vínculo que probaría subordinación y dependencia legales para los contratos formales de trabajo, incluso los temporales, cuando existen.

A ello se suma, la demora en la firma de los contratos que excede los 5 días posteriores al inicio del trabajo establecidos por la ley y es frecuente que pasen semanas antes que esto suceda. De modo que muchas veces, el empleador manipula la fecha del inicio de las jornadas, la cual difiere de la fecha real, por lo que los días que no se consideran en el contrato, no se pagan. Por otra parte, es una práctica común que se firmen contratos que tienen un formato tipo pero que en las secciones destinadas por ejemplo, a especificar las funciones a realizar, la duración de las jornadas y el tipo y forma de pago de la remuneración, éstas se encuentren en blanco, teniendo los trabajadores que firmar sin poder exigir que se especifiquen esos datos, por temor a no ser contratados nuevamente y también por desconocimiento de que se trata de un derecho establecido en la ley del trabajo.

⁴⁵ Monitoreo realizado en Casablanca por el Observatorio Laboral Chile de CENDA. Mayo 2007.

⁴⁶ De nieuwe wijnmakers. 2006

⁴⁷ ¿Cuál es el Precio del Vino?, Monitoreo Casablanca, Mayo 2006. Fundación Centro de Estudios Nacionales de Desarrollo Alternativo, CENDA.

Tampoco les dan copia de los contratos firmados, por lo que no cuentan con un respaldo de las condiciones acordadas con el empleador y que les sirva como aval para demostrar la relación laboral, lo que dificulta presentar denuncias o demandas cuando es el caso.

En cuanto a los salarios, muchas veces, cuando se contacta a los/as temporeros/as para ir a trabajar a un predio, el contratista les indica un monto a pagar, que aceptan, pero que cuando llegan a la faena, resulta ser menor. Sin embargo, estando allí, prácticamente no tienen posibilidad de rechazar dichas condiciones.

Los salarios son diferentes si es que se trata de trabajadores/as permanentes o temporales, mientras que entre hombres y mujeres que realizan una misma función no se aprecian diferencias significativas (salvo en casos puntuales), sino que ello depende más bien de la habilidad que tenga cada persona para alcanzar una mayor producción, en el caso de que el contrato sea "a trato". Si el contrato es al día, todos ganan lo mismo.

En este ámbito, algunas empresas se han sensibilizado y están haciendo esfuerzos por pagar más, como lo señala el enólogo de Viña Indómita *"pagamos algo más que el salario mínimo. Hace 20 años, los trabajadores tenían demasiado poco que comer, ahora la situación ha cambiado. Pero hay grupos grandes para los que es difícil acceder a viviendas y a la educación. Tengo la sensación de que vamos poco a poco por el buen camino"* sin embargo enfatiza que *"esto es una empresa y lo importante es la rentabilidad. El director quiere tener ganancias, ésta es la regla fundamental de la economía de libre mercado"*⁴⁸.

Otro problema, es el pago de las horas extras. Estas según lo expresado por las/os trabajadoras/es, se les pagan a fin de mes a un valor establecido por el empleador, una cifra redonda que no corresponde necesariamente al 50% establecido por la ley, sino que es siempre menor. Sin embargo, hay que aprovecharlas, tal como lo indica una dirigente:

*"la única manera de ganar algo extra es meter horas extra. Se estimulan mucho las horas extra..."*⁴⁹

Para un trabajador/a de temporada, la jornada comienza en la mañana alrededor de las 8:00 horas y se extiende hasta las 17:00 o 17:30 horas, con una pausa de una hora para la colación. Sin embargo, este horario no considera los traslados y la mayoría de las veces no es respetado en época de cosecha:

"no te pagan imposiciones... que los días te decían que vamos a salir allá y no te pasan a buscar, te quedabas esperando... o te quedabas sin trabajo ahora en la mañana porque se acabó y él no tenía nada más en claro... irregularidades, muchas irregularidades, en todo sentido... que de repente te decía que salías a las 5 y media y eran las 6 y media y tú esperando que te fueran a buscar, pero no tenías en que venirte" (trabajadora temporera)

"...pero no se respeta en la cosecha. En la cosecha hay que llenar el camión y trabajar hasta que se llene" (trabajadora temporera)

3.3.3. Salud y Previsión: la inseguridad que rodea el trabajo en las viñas

Otros aspectos vulnerados tienen referencia con la previsión, la seguridad social y la salud de las/os trabajadoras/es. Con respecto al pago de cotizaciones por ejemplo, los/as trabajadores/as señalan:

"uno nunca sabe, nunca está seguro si le han pagado" (trabajador permanente)

"Cuando yo no sabía que me tenía que pagar sueldo mínimo, cuando no sabía qué era semana corrida yo pensaba que estaba bien" (trabajadora temporera)

Por otro lado, el monto sobre el cual se pagan las cotizaciones en las AFP es en muchos casos acordado entre el trabajador y el empleador, generalmente por el salario mínimo aún cuando se gane más.

En términos de la salud y accidentes del trabajo, las experiencias no son buenas, lo que puede atribuirse al desconocimiento o inconciencia de contratistas, capataces y/o empleadores directos respecto de la obligación que tienen de proteger la integridad y salud en el lugar de trabajo:

"Una señora que... Yo estaba en cuartel y de repente sentí un ruido raro y cuando me paro y la veo -porque estábamos hincadas nosotras porque así trabajamos- y la veo agachada y así... (hace el gesto de vomitar) y se desmayó pedimos que trajeran al contratista... Llegó una hora más tarde y la señora tirada ahí, no había un remedio porque la señora estaba enferma del estómago, tenía cólicos y él no llegó y cuando llegó, se para y dice: bueno quédese ahí un rato descansando y después sigue trabajando" (trabajadora temporera)

Por otro lado, cuesta que los accidentes laborales sean reconocidos, lo que usualmente hacen los empleadores es esperar a que la persona se reponga en el lugar o en casos más graves lo van a dejar a los servicios públicos de salud, ya sea posta u hospital, sin informar la

⁴⁸ De nieuwe wijnmakers. 2006

⁴⁹ *Ibidem*

circunstancia en que se produjo, quedando fuera de las estadísticas de accidentabilidad.

3.3.4. Seguridad e higiene: nuevas contradicciones

Con respecto a los elementos de seguridad para los/as trabajadores/as, existen contradicciones entre los argumentos de éstos y de los empleadores. Los primeros señalan que en la mayoría de los casos, los elementos básicos de protección personal como guantes o lentes deben proveérselos ellos mismos, así como también es común que lleven al trabajo sus propias herramientas:

“mañana hay que traer martillos porque toca armar, nos dice el patrón” (trabajador temporero)

El gerente de la Asociación en cambio, señala que se entrega gran cantidad de elementos a los/as trabajadores/as, pero que no siempre éstos los usan *“el tipo hoy día tiene de todo, tiene ducha, traje, botas, pero de repente ves al tractorista que no anda con nada”*.

Así mismo indica que las BPA exigen todos los días en las mañanas, cinco minutos para explicar las normas de seguridad y las labores a realizar a los/as trabajadores/as de temporada.

Sin embargo, éstos señalan que no hay charla de seguridad en que se les informe sobre cómo tomar precauciones para realizar un trabajo seguro y si las hay, el tiempo destinado a ello (5 minutos) es escaso. Según el Monitoreo de CENDA, un tercio de los trabajadores y/o trabajadoras entrevistados desconoce la existencia de reglamentos internos de seguridad e higiene.

Con respecto a los servicios higiénicos, en la mayoría de las empresas existen, sin embargo en algunos casos son insalubres y distantes de los lugares de faena. En cuanto al agua para beber, no siempre está fresca:

“...siempre que trabajo en los fundos, cuando queda agua en los tambores, que son esos plásticos de estos... les hago una raya con un lápiz y al otro día voy al tiro y miro al tiro si ha bajado o ha subido el agua y esta en el mismo lugar que yo la dejé y esa misma agua hay que tomar al otro día” (trabajadora temporera)

Para el caso de los comedores, aunque existen, a veces no son adecuados, ya sea por su tamaño, condiciones de ventilación o porque quedan retirados de la faena, lo que implica que los/as trabajadores/as tengan que comer en el campo. Por otra parte, la colación la lleva cada uno desde su casa y no existe en todas las empresas un lugar apto para su conservación:

“yo por lo menos me enfermé del estómago los primeros días porque traía el almuerzo, por ejemplo traía fideos y andaban todo el día en la mochila y sabe en cada palo había una mochila y el almuerzo toda la mañana ahí, cuando íbamos a verla la comida estaba vinagre, terminábamos de no almorzar” (trabajadora temporera)

Ante estos testimonios, cabe señalar que la situación debería haber ido cambiando gracias a la certificación en BPA de Eurepgap. Los cambios a juicio del gerente de la A.G. se manifiestan primero en facilidades para los trabajadores como los baños, el agua potable, los elementos de protección personal, comedores, duchas, etc. Según su parecer *“las BPA han cambiado absolutamente todo, en el fondo está estandarizado todo”*. Sin embargo, dadas las contradicciones expuestas cabe preguntarse si las BPA se cumplen efectivamente o si solo quedan en el papel.

Para la Asociación, los/as trabajadores/as no tienen una cultura del cuidado, ya que rompen las instalaciones y en ocasiones se roban el confort y el jabón, puesto que no las valoran y prefieren en vez de ellas un salario más alto. Según su gerente *“el trabajador está tan necesitado que muchas veces soporta malas condiciones de trabajo por plata y no al revés...”*

Esto hace suponer que el hecho de implementar las BPA necesariamente significa castigar el salario. Sin embargo, según la misma Asociación, los costos de implementar las BPA no son altos y el hecho de que algunos empresarios no las practiquen, simplemente se debe a que las consideran una preocupación más. Pero al mismo tiempo indica que en el fondo todos están haciendo algo, puesto que las bodegas también están certificadas y muchos viticultores que no han certificado Eurepgap están implementando las normas de calidad que les exigen las viñas que les compran.





3.4. La Organización de los/as trabajadores/as: persiste el miedo y el estigma

Recién en el año 2004 se forma en Casablanca la primera organización sindical, el “Sindicato Transitorio de Temporeras Valle y Progreso” y no es hasta fines del 2006 y 2007 que los/as trabajadores/as de empresa inician un proceso organizativo. Esto se debe a que las personas que se organizan no son bien consideradas, muchos de los/as trabajadores/as afirman que por el contrario son tildadas de conflictivas por los empleadores y amenazadas con la pérdida de su fuente laboral o con el cambio de lugar de trabajo:

“Ellos no quieren trabajar con gente de sindicato... los jefes, los contratistas..., con gente del sindicato no quieren saber nada... por el hecho que el sindicato siempre esta en contacto con la inspección del trabajo, cualquier problema que haya, peleas de plata, van a ir al tiro a la Dirección del Trabajo, así ellos no tienen problemas. Allá donde estoy trabajando no saben que estoy en el sindicato, no sé si en el momento que sepan me van a dar más trabajo a mí, pero no van a saber por mí” (trabajadora temporera)

“desde antes que se formara nos empezé a hacer la guerra (refiriéndose al contratista), oh... fue un cambio absoluto, cuando alguien habló de sindicato fue guerra, diciéndonos a los que éramos los cabecillas; a ustedes los voy a echar o los voy a cambiar de fundo, ustedes se van a ir a trabajar a otro cuartel, nos mantenía alejados, si los dueños del fundo llegan a saber que formaron un sindicato, ustedes son los primeros que se van a ir” (trabajadora temporera)

Por esta misma razón, existe reticencia de los/as trabajadores/as por organizarse, en especial de los hombres dada la presión que existe sobre ellos para cumplir con el rol tradicional de proveedor:

“Los hombres tienen aun más miedo que las mujeres... porque muchas veces una familia entera depende de sus ingresos..., los productores llevan una lista negra, si un trabajador es incluido en dicha lista, ya no puede trabajar en ningún otro sitio” (trabajadora temporera)

“la gente tiene miedo de participar activamente en estas organizaciones por temor de perder los trabajos. Son cosas reales no es que sean imaginaciones, la verdad existe porque a la señora... hay lugares que nada... que ni siquiera puede pasar por fuera porque ya la tienen totalmente identificada, le pueden dar trabajo pero con recelo, a la primera que haga se va, por eso ella ya dejó de ser temporera, entonces esas son verdades que no se pueden negar, entonces la gente ve eso y se asusta sobre todo cuando hay muchos niños en la casa, muchas bocas que alimentar, las mujeres prefieren acatar no más” (trabajadora temporera)

Por otro lado, recogimos testimonios que muestran la estrategia usada por las empresas de crear diferentes razones sociales en un mismo fundo para evadir o evitar el aumento de responsabilidades legales en materia laboral, cuestión que está absolutamente reñida con una visión de RSE:

“...el mismo fundo tiene varios dueños y son distintos nombres... razones sociales, entonces con eso uno no puede cobrar nada, son como 4 y somos como 5 o 6 trabajadores para cada empresario, entonces no podemos tener nada y de 25 o 20 mujeres para poder tener una sala cuna o para que les paguen un jardín donde puedan dejar a sus hijos, entonces ahí ya nosotras estamos perdiendo, tampoco podemos formar un sindicato si tienen que haber tantos trabajadores, porque estamos todos repartidos y aquí casi todos están así” (trabajadora temporera)

3.4.1. La dificultad de ser Dirigentes/as

La situación es aun peor cuando se trata de las dirigentes o dirigentes, como en el caso de la presidenta de uno de los sindicatos recién formado “Sindicato Interempresa de temporeras agrícolas” que tiene jurisdicción en las comunas de Casablanca, Quilpue, Limache y Villa Alemana, puesto que desde que su empleador (contratista) se enteró de su sindicalización, la despidió en reiteradas oportunidades y le ha dado un trato vejatorio. Tampoco le ha remunerado cuando y cuanto le corresponde y peor aun, la ha demandado por supuestas faltas como trabajadora. Aun así ella sigue liderando a un grupo de 42 personas (mujeres y hombres) que expresan temor de asumir públicamente su pertenencia al sindicato.

Otra organización es el “Sindicato Transitorio de Temporeras Valle y Progreso”, fundado en el año 2004, cuya líder, además representa a los/as trabajadores/as en la “Mesa de Trabajo del Sector Vitivinícola del Valle de Casablanca”. Esta es una instancia tripartita formada por representantes de la Asociación de Empresarios Vitivinícolas del Valle, de los/as trabajadores/as y de la Dirección del Trabajo, organismo que ideó y convocó a la mesa. En un principio también participó la municipalidad por medio de su Serplac, sin embargo las malas relaciones de ésta con los empresarios terminaron con su retiro de esta instancia.

La invitación de la Dirección del Trabajo de Valparaíso en marzo del 2004, fue a *“la colaboración en aras de procurar un enriquecimiento de las relaciones laborales y la disminución de la infraccionalidad”* y los objetivos planteados fueron *“la búsqueda de acciones concertadas a los problemas que se detecten, la validación y socialización de los diagnósticos de la Dirección del Trabajo, la socialización y transparencia de los resultados de nuestras actuaciones, la definición y el consenso en el cumplimiento progresivo de ciertas normas, alcanzar formas de constatación de los logros alcanzados”*⁵⁰. Los representantes de cada entidad en la mesa, firmaron un protocolo en febrero del 2006 en el cual las empresas se comprometían a: vincularse a contratistas registrados en la Dirección del Trabajo, pagarles siempre que presentaran un certificado de conducta laboral expedido por la Inspección del trabajo, retener un porcentaje de dinero para pagar eventuales haberes de naturaleza laboral o previsional impagos por el contratista, ratificar ante la Inspección del Trabajo los finiquitos por término de relación laboral. En tanto la Dirección del trabajo se comprometió a elaborar junto a las empresas un programa de capacitación.

Lamentablemente, todas estas intenciones, de acuerdo a la opinión de las/os trabajadoras/es no han llegado a cumplirse, lo que debilitó la mesa como instancia, ya que se pierde la motivación y credibilidad de sus acuerdos. En el mes de septiembre del 2007, luego de dos meses sin actividad, se retomaron las reuniones.

Otros cuatro sindicatos de empresa se han formado durante el 2007, uno en Viña El Rosal (William Cole), otro en Viña Casas del Bosque y otros dos en Veramonte (agrícola y bodega), afiliando a un total de 223 trabajadores/as, los cuales recientemente realizaron su primera negociación colectiva con apoyo de la ONG CENDA.

El gerente de la Asociación de Empresarios Vitivinícolas opina que entre los empresarios coexisten dos posturas frente a los sindicatos, una que ve peligro en la unión de los/as trabajadores/as por el aumento de demandas y otra -de los más progresistas- que creen que es una buena instancia para tratar temas complicados que involucran a ambas partes. A su juicio, *“el gran problema que puede ocurrir de repente con los sindicatos es que pierdan la visión del negocio, o sea le empiecen... a exigir a la empresa más allá de los que la empresa realmente pueda entregar... pero si los líderes son buenos y son tipos que saben y manejan bien, me parece bueno”*.

Sin embargo, no existe la concepción dentro del empresariado en general, de que la sindicalización es un derecho laboral, las opiniones más bien dan cuenta de un alto nivel de desconocimiento e ignorancia.

3.5. Fiscalización por parte de los organismos estatales

La Municipalidad de Casablanca es la primera en criticar a los empresarios y empleadores (directos y contratistas) de la zona. El trabajo que ha desarrollado a través de la Oficina de la Mujer, le ha permitido constatar las irregularidades de que son objeto trabajadoras y trabajadoras. Su encargada, Bélgica Meza señala *“aquí como que se acostumbra mucho tomar a la gente y después de 10 días, de 15 días, hasta un mes a veces una mujer trabajando y no le entregan el contrato entonces ella no sabe...”*; *“hemos podido detectar muchas cosas que no cumplen... ella te puede decir más abiertamente que por eso ella siempre reclama y que por eso está cesante. Porque es una lucha constante la que hay que tener con los empresarios, si las mujeres dirigentes se duermen, ellos aprovechan y sacan las garras inmediatamente entonces esa es la idea... tenemos ahora una niña que trabaja en la salud ocupacional en Valparaíso que es muy efectiva, siempre está viniendo, está enterándose de qué está pasando, si se están cumpliendo todas las cosas. Pero... las mujeres del sindicato de trabajadoras agrícolas tienen que estar siempre peleando. Tienen una mesa de diálogo pero ellas siempre están... que no funciona”*.

Con respecto a la labor de la Inspección del Trabajo, los trabajadores/as tienen una percepción negativa, puesto que consideran que podrían hacer más de lo que hacen. Según las dirigentes, los empleadores están enterados del día en que serán fiscalizados, mientras que los inspectores no ingresan a los predios, ni tampoco

⁵⁰ Estatutos de la Mesa con fecha 26 de marzo de 2004

conversan con los/as trabajadores/as, sino que hablan con quienes están a cargo de la faena. Esto se debe en parte, a la falta de voluntad de los funcionarios de la Inspección pero también a que los empleadores les dificultan la actividad fiscalizadora:

“nosotros pedimos fiscalización y ellos han cerrado los portones, porque aquí la mayoría cierra los portones cuando saben que la Inspección va a venir a fiscalizar, porque si toca Tapihue ellos van a venir fiscalizando todo para acá, entonces todos se empiezan a pasar el dato y empiezan a cerrar sus portones” (trabajadora permanente)

Ahora bien, las demandas y denuncias que los/as trabajadores/as hacen en la oficina local de la Dirección del Trabajo son atendidas con lentitud, puesto que entre que se pone la queja y se lleva a efecto la fiscalización transcurre un tiempo prolongado, argumentándose desde esta repartición pública una escasez de personal para realizar las inspecciones solicitadas:

“y a quién le voy a reclamar... cuando despidieron a mis compañeras, entonces cuando te dicen que te van a cerrar las puertas acá en los fundos de Casablanca donde no vas a poder trabajar más, cuando ves que en la Inspección del Trabajo no te dan ni una prioridad, por mucho que tu digas soy la presidenta de un sindicato y esperaste un mes y medio para que te fueran a fiscalizar, entonces a quién acudes” (trabajadora temporal)

El gobierno por medio de varios ministerios relacionados con el tema, lleva a cabo una campaña que promueve el respeto y cumplimiento de la ley laboral, también por la entrada en vigencia de la Ley de Subcontratación. Inge Vol del Departamento de Salud

Ocupacional manifiesta *“la campaña de salud agrícola es una campaña nacional y el Ministerio nos pidió que nosotros hagamos la inauguración en Casablanca”*. Sin embargo, la fiscalización también se dificulta en este ámbito dada la falta de personal: *“... para este no tenemos mucha gente, nosotros en la oficina territorial de Valparaíso que atiende Valparaíso y Casablanca tenemos dos profesionales, un ingeniero en prevención de riesgos y una técnica en prevención de riesgos, no es mucho, entonces ellos están a cargo de todo, o sea de toda salud ocupacional, no solamente del programa de salud de agricultura”*.

Para fiscalizar, este organismo hace un plan según los registros de los cuales disponen y de acuerdo a las denuncias recibidas. De manera que se les da preferencia a los predios donde aparecen más denuncias, aunque se trata de atender todo, se programan las visitas a terreno de acuerdo a zonas geográficas, a tipos de cultivos y por ello deben adecuarse a las distintas temporadas productivas presentes en el territorio: *“la presidenta del sindicato de las mujeres temporeras de Casablanca de vez en cuando viene para acá junto con la secretaria y nos hace denuncias, entonces yo tomo nota y envío el listado de predios -que dicen que según ellos es muy importante visitarlos- a los colegas de la oficina Valparaíso y ellos lo incluyen en el programa de fiscalización”*.

Dados todos estos antecedentes, es en definitiva la condición de las y los trabajadores, sobre todo para los de temporada, el ámbito más deficiente en términos de responsabilidad social en la industria del vino en Casablanca. Velar por corregir las deficiencias es en primer término una obligación legal y ética por parte de las empresas, para iniciar cualquier diálogo con sus trabajadoras/es.



4. Consideraciones finales

Como se documentó en el primer capítulo, la industria vitivinícola, durante las últimas décadas experimentó en Chile y en especial en el valle de Casablanca un despegue y notable crecimiento, posicionándose dentro de los sectores más dinámicos en el ámbito de las exportaciones nacionales.

Al igual que en otros sectores exportadores, como la fruta fresca o los productos forestales, los años anteriores pueden ser calificados como “la etapa fácil de crecimiento”, donde prácticamente todas las empresas tuvieron éxito. No obstante en la actualidad, diversos analistas coinciden en que la industria del vino enfrenta un período más difícil, de alta competencia interna y externa, por lo que resulta indispensable asumir elementos de distinción como las **Buenas Prácticas Laborales y/o la Responsabilidad Social Empresarial**.

Consumidores de los principales países importadores de vino chileno están comenzando a valorar la compra de vino de calidad y al mismo tiempo socialmente responsable.

Hemos escuchado de la propia industria la siguiente frase: *“levantar una marca es un proceso difícil y lento, pero destruirla puede ser muy rápido”*. De ahí que uno de los principales desafíos que reconoce la industria en la actualidad es añadirle valor a la marca.

En este marco creemos que la RSE debe ser asumida como una oportunidad para lograr liderazgos y ventajas competitivas en los mercados internacionales. Lo que significa abrir la mirada, superar la visión de corto plazo e internarse en un proceso de cambio de la cultura empresarial. Implica asumir un modo de gestión interna y externa alineada con los principios de la equidad, asumir que las empresas juegan un papel en el mundo en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas. Esto no significa desconocer las prácticas que se han implementado en el plano social, comunitario, ambiental, de certificaciones, entre otras, sino que recogerlas e integrarlas, para avanzar hacia un modelo holístico.

Los antecedentes expuestos en este diagnóstico muestran que las empresas vitivinícolas del Valle de Casablanca no conciben la RSE como parte de la gestión de su negocio en tanto actor corporativo, sino que por el contrario, en la práctica no ven su sentido, implicancias ni oportunidades, aunque en el discurso, algunos de sus

representantes hayan expresado la voluntad por aprender más acerca del tema. Su foco sigue estando en la mayor productividad del negocio y en el lucro que éste pueda retribuirles.

Hemos visto como a fin de obtener precios competitivos los costos de producción se reducen a costa de las condiciones de trabajadoras y trabajadores, que reciben salarios precarios, que se exponen a los agroquímicos, a las inclemencias del clima y en muchas ocasiones a los abusos de empleadores que vulneran sus derechos. Así mismo vemos que existen prácticas antisindicales, como por ejemplo no se contrata a los/as dirigentes/as, hay listas negras, etc.

Al mismo tiempo, no existen vínculos permanentes y sostenidos con la comunidad y sin embargo se llevan a cabo acciones que la afectan directamente. La experiencia, conocimientos y saberes de la comunidad son desaprovechados. De manera que las empresas van dando “palos de ciego”, tratando de aportar sin conocer las necesidades reales de la población y sin una articulación con la Municipalidad.

Aunque reconocen algunos impactos generados por su actividad productiva sobre la población, no se hacen cargo de ellos y por ejemplo, ven como la comuna, la municipalidad y los servicios se desbaratan en épocas de vendimia con la llegada de casi 5.000 trabajadores/as temporeros. En cuanto al medio ambiente y dada las opiniones encontradas con la comunidad, cabe la duda de que efectivamente se estén tomando todas las medidas necesarias y posibles para su protección y en definitiva de la salud de los habitantes y trabajadores/as de Casablanca.

Desde este punto de vista, los instrumentos para mejorar estándares laborales como es el caso de las certificaciones para las buenas prácticas agrícolas, sólo vienen a reforzar el cumplimiento de la Ley, que hasta ahora es vulnerada una y otra vez. Mientras que otras veces todo queda en el papel pero no se lleva a la práctica.

Con todo, es un hecho que se realizan acciones que bien encausadas y planificadas podrían gatillar un proceso de RSE, como es el caso de aquellas llevadas a cabo por los miembros de la Asociación de Empresarios Vitivinícolas, ya que no se puede hablar de toda la industria puesto que la actitud de las empresas es muy disímil incluso al interior de este gremio.

Aun no teniendo una política clara al respecto, estos empresarios están dando pasos incipientes, lo que se observa en la implementación de las buenas prácticas agrícolas, la certificación Eurepgap y otras como APL, BPM, ISO, etc.; en su participación en la “Mesa de Trabajo del Sector Vitivinícola” y en actividades organizadas por CEDEM⁵¹ sobre el tema⁵². Sin embargo, queda una gran tarea por delante, puesto que estos esfuerzos no han logrado traducirse en cambios profundos en las condiciones laborales para los y las trabajadoras como tampoco en la convivencia con la comunidad.

Creemos que en tal sentido, le corresponde a la Asociación de Empresarios Vitivinícolas un rol pionero en ese ámbito. Si bien es cierto, las empresas que la constituyen tienen distinto tamaño y recursos y cada una determina de manera autónoma su forma de funcionar, la Asociación debería promover la responsabilidad social como un principio general interno y externo. Primero, a partir de la integración de las dimensiones económica, ambiental y social en su misión y visión; segundo, planificando y realizando diversas actividades en función de ir avanzando en un proceso que de cuenta de ello y tercero, comunicando estas actividades y las buenas prácticas para ponerlas como ejemplo al resto del empresariado y al mismo tiempo informar a la comunidad.

En consecuencia nuestras recomendaciones son:

I. Promover un cambio en la cultura empresarial.

La RSE más que un nuevo estilo de gestión empresarial, es una nueva concepción de empresa y una nueva forma de entender y conducir el proceso productivo. Creemos por tanto, que debe haber un profundo cambio de mentalidad tanto de los propietarios, gerentes, administradores, capataces, etc. respecto de la responsabilidad que le cabe a la empresa en la contribución a una sociedad más justa, equitativa y sustentable. Esto pasa porque éstas avancen hacia sistemas de gestión que integren crecientemente componentes de RS. Este proceso debe comenzar desde la dirección y alta gerencia, pero debe involucrar también a los/as trabajadores/as, para que juntos desarrollen una nueva visión de la empresa como proyecto común, como una oportunidad de cooperación y de beneficio para todos.

De acuerdo al diagnóstico realizado, en la actualidad las empresas vitivinícolas del valle de Casablanca se encuen-

tran frente al siguiente conflicto de intereses: aumentar la cuenta de sus resultados o generar valor; adoptar una visión de corto plazo o una mirada de desarrollo sostenible. Si bien, ambos polos de esta tensión deben ser atendibles para que cualquier empresa pueda seguir existiendo, el cambio en la cultura empresarial pasa por cuantificar los intangibles, en especial los asociados a aspectos sociales y medioambientales, y escuchar e integrar la visión de los diversos actores que interactúan con la empresa -por muy diferente que sea a la propia (vecinos, trabajadores/as, dirigentes, autoridades locales)- en los procesos de toma de decisiones.

Para ello, la Asociación debe buscar permanentemente capacitación en torno al tema, realizar talleres, difundir buenas prácticas de otras empresas, revisar las experiencias internacionales como el Código WIETA⁵³ de la industria vitivinícola Sudafricana, la Asociación de Empresarios por la RSE VALOS de Mendoza, etc. Sin ir más lejos, en cada una de sus reuniones podrían dedicar tiempo a hablar sobre la responsabilidad social y hacer un intercambio entre las diferentes empresas para que sea un proceso de mejoramiento continuo y con la participación de todos. También podrían contar con personal idóneo que los apoyara en esta búsqueda.

2. Abrir espacios de diálogo del sector empresarial con la comunidad.

Para avanzar hacia una convivencia sustentable con la comunidad de Casablanca, consideramos indispensable que la industria vitivinícola promueva el diálogo con ésta. Existen en la comuna numerosas organizaciones que son representativas y que estarían interesadas y dispuestas (según los testimonios de sus dirigentes/as) a compartir con las empresas sus preocupaciones, problemas, necesidades, decepciones y expectativas. Para ello se requiere de parte de ambos actores una actitud de respeto y escucha efectivos, a fin de armonizar intereses y en conjunto planificar acciones que contribuyan a una mejor relación.

La industria del vino tiene una gran deuda con Casablanca y es tiempo de realizar una inversión en ese sentido. Sin duda que hay múltiples oportunidades de colaborar; desde diversos ámbitos como la educación, el turismo, el trabajo, etc. Pero primero debe hacerse cargo de los impactos evidentes que causa, en términos medio ambientales y sociales. Es imperativo que asuma su responsabilidad

⁵¹ Corporación de Estudios y Desarrollo para la Mujer.

⁵² Encuentro “Responsabilidad Social Empresarial: oportunidad y desafíos para la industria del vino en el Valle de Casablanca” en Marzo del 2007, con Frank Micheilsen, representante para América Latina de la Agencia de Cooperación para el Desarrollo de Holanda, OXFAM NOVIB y taller “Los primeros pasos hacia la implementación de la RSE en el Valle de Casablanca” en Septiembre del 2007.

⁵³ Wine and Agricultural Industry Ethical Trade Association (www.wieta.org.za). Ver anexo N°5.

con respecto a las miles de personas que llegan a trabajar en vendimia y crear alianzas con los actores públicos para darle solución a la problemática que ello genera. No debe confundirse responsabilidad social con “proyecto social”, pues no sirve de nada contribuir con una iniciativa social si la empresa no se asegura que sus trabajadores se sientan tratados con dignidad (con agua potable limpia y fresca para beber; con comedores cercanos y apropiados, con baños limpios y ubicados de acuerdo a la ley, con un pago acorde a las ganancias de la empresa) o si no se monitorea suficientemente a los empleadores contratistas.

Junto con ello, la Municipalidad desempeña un rol fundamental, por lo que una alianza con ella permitiría avanzar más y mejor dado que las estrategias que ésta se ha planteado están orientadas también a hacer de Casablanca un territorio cohesionado, competitivo y sustentable⁵⁴.

3. Ampliar los espacios de diálogo de la industria con los/as trabajadores/as.

El mayor conflicto de la industria vitivinícola se presenta en la relación con sus trabajadores/as. Es fundamental el reconocimiento y respeto de los derechos laborales establecidos en la legislación. El cumplimiento de la ley es el piso para empezar a hablar de RSE y en Casablanca éste no existe, muchos derechos son vulnerados, especialmente por los contratistas, ante los cuales los empresarios -pudiendo hacerlo- no ejercen el adecuado monitoreo.

La Asociación debería por tanto, ser enfática en exigir el cumplimiento de la legislación entre sus asociados para promover procesos de RS y velar porque los contratistas con los cuales se establecen relaciones también lo hagan. Y ante todo mejorar las condiciones físicas del trabajo, no es posible que existan predios o fundos sin los comedores apropiados, que no dispongan de servicios higiénicos, que tampoco tengan donde guardar la comida que por las altas temperaturas se malogra, etc. Lamentablemente el listado de carencias y precariedad es largo.

Es necesario un esfuerzo de parte de los empresarios por invertir en las personas, por abrir el diálogo, por explorar nuevos canales de comunicación para conocer sus expectativas, percepciones y necesidades. En estos términos es importante que las empresas pongan especial cuidado en el derecho de protección a la maternidad de sus trabajadoras. El fuero maternal, el derecho a sala cuna, etc. son algunos de los más vulnerados de acuerdo a las entrevistas realizadas.

La actual Mesa de Trabajo liderada por la Dirección del Trabajo es un buen comienzo para el diálogo, pero deberían integrarse a la conversación los representantes de otros/as sectores, como la Municipalidad, ONGs y otros trabajadores organizados. También los empresarios deberían participar más directa y concientemente y velar por su permanencia en el tiempo y su utilidad, cumpliendo con los acuerdos tomados. Para ello, se requiere que la aplicación práctica de estos acuerdos sea factible y sean sometidos periódicamente al control de los involucrados.

Junto con ello, las empresas deben promover la organización de sus trabajadores/as y tener la convicción de que el resultado de una buena relación con ellos/as es una mayor fidelidad. En tanto que éstos, a su vez, deben comprometerse a realizar un buen trabajo y cuidar de las nuevas instalaciones, que en definitiva los benefician a ellos mismo.

4. Comunicar procesos, prácticas y acciones socialmente responsables.

La base de una convivencia sustentable radica en el conocimiento que tengan entre ellos los diferentes actores. Difícilmente la comunidad y los/as trabajadores/as pueden hacerse una idea de las intenciones de una empresa, si ésta no comunica su visión, sus valores y la forma en que realiza su trabajo. Existen muchas formas de comunicar, a través de reportes que aumentan la credibilidad de la empresa, boletines de prensa, en las etiquetas, etc. que cada empresa y la Asociación pueden explorar y definir.

Sugerimos para comenzar, realizar una gran campaña de información para Casablanca, al menos, de los planes de fumigación de las viñas, los riesgos y cuidados que se deben tener al respecto, y abrir las puertas de las empresas a la comunidad, a fin de que los interesados conozcan los procesos productivos, el manejo de residuos, etc.

Sin embargo, como la RSE es mucho más que una herramienta de comunicación, un requisito fundamental de la comunicación es la transparencia y en tal sentido, las empresas más que mostrar lo bien que lo hacen, deben dar cuenta de su preocupación por los impactos que causan y el camino o las vías a través de las cuales va a dar solución a los problemas, en cuanto tiempo y que participación les cabe a otros actores. En el caso de hacer reportes de sustentabilidad deben validarlos ante la comunidad y sus trabajadores/as para publicarlos.

⁵⁴ Ver Anexo N°6.

5. Capacitación de los/as trabajadores/as.

Hace falta un proceso completo de capacitación y formación de los/as trabajadores/as que aborde de manera progresiva los temas relevantes, tanto técnico-productivos como aquellos que tienen que ver con sus derechos laborales puesto que muchas de las situaciones de vulneración tienen arraigo en el alto grado de desconocimiento que tienen de los mismos. Dado este desconocimiento es que se “naturaliza” el trato y el tipo de relación que se establece ya sea con contratistas o empleadores directos:

“Lo que pasa es que yo creo que la gente desconoce eso... cuando uno trabaja de temporera piensa que trabaja así no más que no tiene derecho a nada, que eso es para la gente que trabaja estable” (trabajadora temporera)

Junto con ello, un proceso continuo de capacitación permitiría fomentar una cultura del cuidado entre los/as trabajadores/as a fin de que valoren y protejan los esfuerzos de las empresas por implementar las BPA. Mientras que además, se dignifica el trabajo ya que se constituye en una fuente de crecimiento personal.

6. Crear un código de conducta o norma ética para la industria del vino de Casablanca.

Creemos que la creación de un código de conducta podría ser un buen comienzo, entendiéndolo como “una declaración o conjunto de principios éticos establecidos por escrito y a los cuales la empresa adhiere para su funcionamiento, como normas voluntarias que expresan la política sobre condiciones laborales, medio ambiente y responsabilidad social que regirá el funcionamiento de una empresa o conjunto de ellas”. A través de él, las empresas asumen una responsabilidad “ética y moral”, asegurando que sus mercancías son producidas bajo normas mínimas que garantizan condiciones laborales dignas.

Sin embargo no todos comparten esta idea, aludiendo como en el caso del enólogo de Indómita a que “la decisión de mejorar las condiciones laborales debe ser de corazón, no a causa de las ganancias o porque da una buena imagen al público”. Nosotros pensamos del mismo modo, sin embargo, efectivamente un código de este tipo le permitiría al vino del valle posicionarse en el mercado como un producto diferenciado y con mayor

valor, toda vez que a nivel de consumidores ha adquirido creciente importancia el concepto de “producto ético”, especialmente en los países desarrollados, tal como lo entiende uno de los directores de la Asociación al señalar que “*las prácticas de RSE nos permitirán producir vinos de mayor calidad, más sanos, en un ambiente de respeto a las personas y la naturaleza, todo lo cual facilita la conquista de los exigentes mercados a los que apuntamos*”. Y como recientemente lo ha señalado el presidente de Chile Vinos.

Si la industria avanza progresivamente en estas materias confiamos en que el desarrollo finalmente podría venir para todas y todos. Como señala Michel Porter de Harvard Business Review, “*si las corporaciones analizaran sus alternativas de responsabilidad social bajo los mismos marcos que orientan sus decisiones de negocios, descubrirían que la RSE puede ser mucho más que un costo, una limitación o un acto de beneficencia; puede ser una fuente de oportunidades, innovación y ventaja competitiva*”. Si la industria del vino en Casablanca aprovecha la potencialidad que se genera introduciendo procesos de RSE podría realizar un enorme aporte al mejoramiento de las condiciones sociales y ambientales de este hermoso valle que la cobija.

Desafíos para la Red Puentes:

Ahora bien, a nosotros como actores fundamentales de la sociedad civil, que ejercemos control social debemos hacer seguimiento de los procesos que se van dando en la industria y junto con denunciar las ilegalidades y malas prácticas, colaborar en aquellos ámbitos que puedan favorecer la implementación y adopción de la RSE.

Por otra parte, tenemos que analizar la relación que existe entre la industria del vino en Chile, -específicamente la de Casablanca- con sus compradores. Nuestro desafío ahí, es generar alianzas con las organizaciones de consumidores de otros países como Inglaterra (principal importador de vino chileno y peor pagador), Estados Unidos, etc., a fin de controlar el comportamiento de sus importadores y promover la adquisición de productos socialmente responsables de manera que en Chile la aplicación de buenas prácticas sea valorada por los productores.

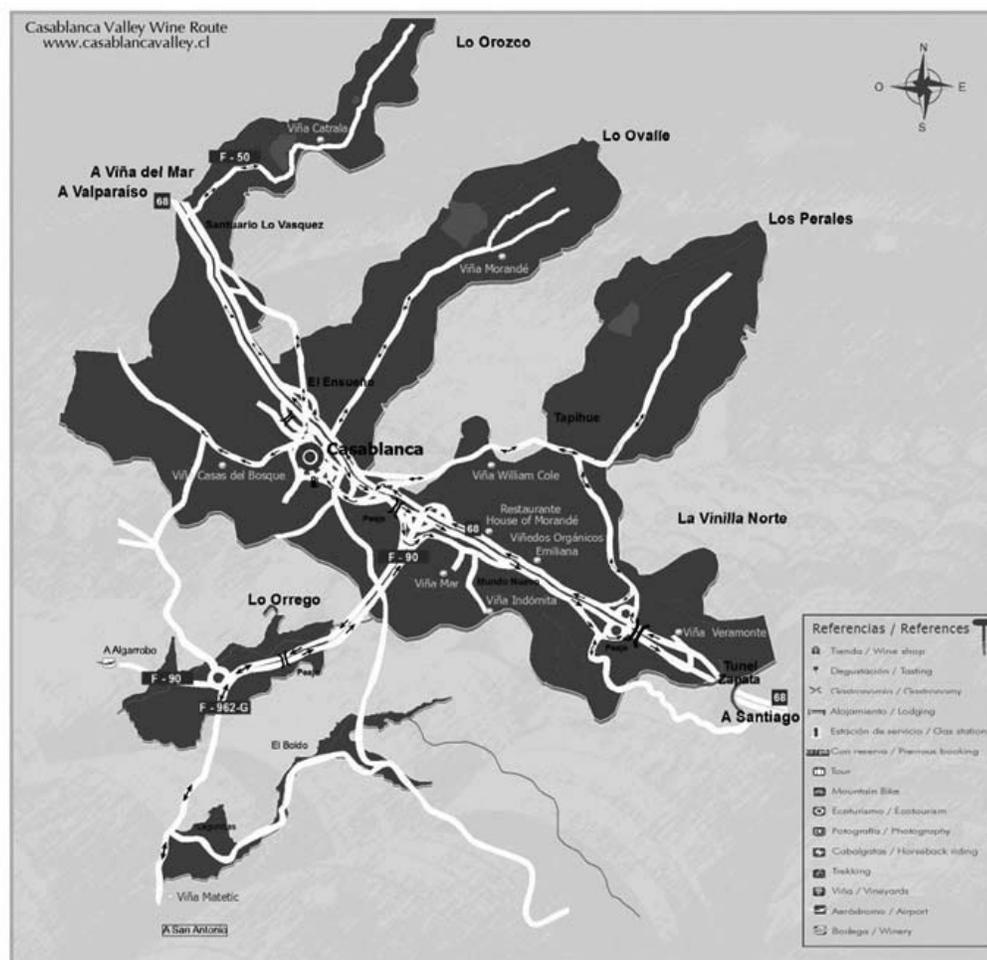
5. Referencias

- Bóxer F. (2006). De Nieuwe Wijnmakers. Speurtocht naar eerlijke wijnen uit nieuwe wereldlanden. Fontaine Uitgevers. Oxfam, Novib, Baarsma wine group. Graveland.
- La Tercera (2007). Concha y toro lidera los envíos de vinos en 7 de los 10 mayores mercados de Chile. Extraído en: www.vendimia.cl . Septiembre 2007
- Caro, P. (2006). La industria del vino, una mirada desde la Responsabilidad Social Empresarial. Colección documentos de trabajo nº3. Ediciones CEDEM. Santiago.
- SAG (2007). Informe ejecutivo producción de vinos 2007. Servicio Agrícola y Ganadero, División de Producción Agrícola, Subdepartamento de viñas y vinos. Santiago.
- (2007). Enero - julio 2007: Continúa tendencia positiva en exportaciones de vino embotellado. Extraído en: www.vinasdechile.cl
- (2007). Chile: sector vinos cuarto mayor exportador. Extraído en: www.todovinos.cl
- (2007). Chile: producción de vinos disminuyó 2% en 2007 Extraído en: www.todovinos.cl
- (2007). "La Industria del Vino tiene que moverse a segmentos de mayor precio". Diario financiero del 26 de septiembre de 2007. Extraído en: www.vinasdechile.com



Anexo N°1

Mapa del valle de Casablanca



Fuente: www.casablancavalley.cl

Anexo N°2

Antecedentes Socioeconómicos de Casablanca

Datos Geográficos y Censales de la comuna de Casablanca

Ítem	Valor
Superficie Comunal (Km2)	953
Densidad de población (hab/Km2)	26,92
Población Comunal	25.646
Población Masculina	13.088
Población Femenina	12.558
Población Rural	29,55%
Población Urbana	70,45%
Población Comunal en la Región	1,42%

Fuente: Serplac Casablanca

Empleo y escolaridad

	Empleo (%)			Escolaridad	
	Participación	Ocupados	Desocupados	Escolaridad (años)	Analfabetismo (%)
Nac.	57%	52%	10%	10,2	4,0
Reg.	55%	49%	12%	10,3	2,9
Com.	52%	48%	7%	9,3	5,7

Fuente: Plan comunal 2010, Municipalidad de Casablanca (Base Casen 2003)

Nivel Educativo

	Frecuencia	Porcentaje
Sin Educación Formal	660	3,7
Básica Incompleta	3793	21
Básica Completa.	2426	13,4
Media C/H Incompleto	3495	19,4
Media C/H Completo	4339	24
Media T/P Incompleto	280	1,6
Media T/P Completo	627	3,5
C.FT/I.P Incompleta.	452	2,5
C.FT/I.P Completa.	931	5,2
Universidad Incompleta	549	3
Universidad Completa	407	2,3
Sin Dato	84	0,5
Total	18.043	100

Fuente: Casen 2003

Participación ciudadana

	Frecuencia	Porcentaje
Total de participantes	19.727	78,1
No participa en ninguna	13.702	54,2
Sistema	5.536	21,9
Grupo religioso o de iglesia	1.992	7,9
Organización de vecinos	1.288	5,1
Club deportivo y recreativo	1.248	4,9
Centro de madres	305	1,2
Otra	238	0,9
Organización de adulto mayor	187	0,7
Partido político	166	0,7
Agrupación cultural o de creación artística	120	0,5
Organización campesina, grupos de adelanto rurales	84	0,3
Grupo de mujeres	72	0,3
Grupo de juegos, hobby o pasatiempos	63	0,2
Centro de alumnos o federación de estudiantes	48	0,2
Organización de voluntariado	43	0,2
Cooperativa, taller productivo o microempresa	56	0,2
Organización de personas con discapacidad	48	0,2
No contesta	39	0,2
Sindicato	28	0,1
Total	25.263	100

Fuente: Casen 2003

Anexo N°3

Miembros de la Asociación de Empresarios Vitivinícolas del Valle de Casablanca

Viticultores:

1. Agrícola Tierra Nuestra
2. Agrícola Las Petras
3. Fundo Res. Santa Rita
4. Inmobiliaria Prado Verde
5. Viñedos El Ensueño
6. Viñedos Lo Ovalle
7. Fundo El Marco – Agrícola Los Boldos de Tapihue
8. Agrícola Lo Orrego S. A.
9. Sociedad Agrícola La Rotunda Ltda. 137 ha.
www.larotunda.cl

Bodegas:

10. Viña Casas del Bosque: www.casasdelbosque.cl
11. Viña Casablanca: www.casablancawinery.cl
12. Viña Carmen: www.carmen.cl
13. Viña Catrala: www.catrala.cl
14. Viña Indómita: www.indomita.cl
15. Kingston family Vineyards:
www.kingstonvineyards.com
16. Casa Lapostolle: www.casalapostolle.com
17. Viña Matetic: www.matetic.cl
18. Viña Mar: www.vinamar.cl
19. Viña Morandé: www.morande.cl
20. Viña Santa Rita: www.santarita.cl
21. Viña Ventisquero: www.ventisquero.com
22. Veramonte: www.veramonte.cl
23. Viñedos Emiliana S.A.: www.voe.cl
24. Viña William Cole: www.williamcolevineyards.cl

Restaurantes:

25. House of Morandé
26. Ristorante San Marco Viña Mar
27. Tanino Wine bar & lunch, Casas del Bosque
28. Indómita
29. Equilibrio Matetic

Fuente: www.casablancavalley.cl

Anexo N°4

Normativa considerada por el acuerdo de producción limpia de la industria del vino

- Código Sanitario
- Decreto Supremo N°594/99 Reglamento de condiciones sanitarias y ambientales en los lugares de trabajo
- Norma Chilena N°1333 OF 78 Requisitos de Calidad del Agua para diferentes usos
- Norma Chilena N°409 OF 84 Requisitos físicos, químicos, radioactivos y bacteriológicos que debe cumplir el agua potable
- DS N°735/69 Reglamento de servicios de agua destinados al consumo humano
- Decreto Supremo N°90/01 Norma de Emisión para la Regulación de contaminantes asociados a las descargas de residuos líquidos a aguas marinas y continentales superficiales (ríos y lagos)
- Ley 19.821, Deroga la Ley 3.133 y Modifica la Ley N°18.902 en materia de residuos industriales
- Decreto Supremo N°609/98, Establece Norma de Emisión para la regulación de contaminantes asociados a las descargas de Riles a los sistemas de alcantarillado
- Decreto Supremo N°46/02, Establece Norma de Emisión de residuos líquidos a aguas subterráneas
- Resolución N°1.124 Instructivo "Calificación de Establecimiento Industrial Procedimientos Técnicos Administrativos"
- Decreto Supremo N°144/61, Establece normas para evitar emanaciones o contaminantes atmosféricos de cualquier naturaleza
- Decreto Supremo N°48/84, Aprueba Reglamento de Calderas y generadores de Vapor
- D.S. N°100/90 Prohíbe el empleo del fuego para destruir la vegetación en las provincias que indica durante el período que señala Min. Agricultura
- Decreto Supremo N°146/98, Norma de Emisión de Ruidos Molestos generados por fuentes fijas
- DL N°3.557/81, Establece disposiciones sobre protección agrícola, Min. Agricultura
- Ley N°19.300, sobre Bases Generales del Medio Ambiente
- Decreto Supremo N°95/01, Reglamento del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental
- Ley N°16.744, Establece normas sobre accidentes del trabajo y enfermedades profesionales, Min. Trabajo
- Decreto Supremo N°40/69, Aprueba reglamento sobre prevención de riesgos profesionales
- D.S. N°222/95, Reglamento de Instalaciones interiores de gas. Min. Economía, Fomento y reconstrucción
- D.S. N°414/01, Establece la Política de Producción Limpia 2001-2005. Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.
- Instructivo Presidencial N°16 para Masificación de los APL, 29 nov. 2001
- Resolución SESMA N°16.442/03, Dicta normas sobre aplicación de plaguicidas. Publicado en el diario oficial el 12 de julio del 2003, el cual rige para la Región Metropolitana
- Resolución SAG N°2.147/02, Recomendaciones de aplicación de plaguicidas de uso agrícola
- Normas chilenas en proceso de oficialización:
 - NCh2797 Acuerdos de Producción Limpia (APL)- Especificaciones
 - NCh2796 Acuerdos de producción Limpia (APL) - Vocabulario
 - NCh2807 Acuerdos de producción Limpia (APL)- Diagnóstico, seguimiento, control, evaluación final y certificación de cumplimiento.
 - NCh2825 Acuerdos de Producción Limpia (APL) - Requisitos para los auditores.

Fuente: Acuerdo de Producción Limpia de la Industria del Vino. "Chile, país que produce limpio". CCV y Consejo Nacional de Producción Limpia. Septiembre 2003.

Anexo N°5

Código de conducta ética de la industria del vino en Sudáfrica - WIETA

Wieta es la sigla en inglés de la "Asociación de comercio ético de la industria del vino de Sudáfrica". El código que se presenta a continuación es un acuerdo entre todos los actores involucrados en la producción del vino de dicho país para garantizar y mejorar los estándares laborales de la industria. Participan en la asociación, los productores, exportadores, trabajadores/as organizados, organismos no gubernamentales e instancias de gobierno.

Los estándares que contiene el código están basados en la legislación nacional, pero avanza más allá y propone términos y condiciones aún más favorables para el sector.

1. Prohibición del trabajo infantil

- 1.1. No se emplearán a niños/as bajo 15 años de edad.
- 1.2. Si personas jóvenes entre 15 y 18 años buscan empleo, se asegurará que esto no interfiera con sus actividades escolares.
- 1.3. Se asegurará que el trabajo proporcionado a los/as jóvenes sea apropiado a la edad y se asegurará que no arriesgue la salud.

2. Prohibición del trabajo forzado

- 2.1. No se apoyará el uso de trabajo forzado, ni requerirán los/as empleadores/as al trabajador/a dejar documentos originales de su identidad.
- 2.2. Los familiares que comparten la vivienda con los/as empleados/as de las viñas no deberán realizar trabajo no remunerado para acceder al uso de la vivienda. Si así lo estiman, tendrán derecho a realizar trabajos remunerados.
- 2.3. Para los trabajadores/as que vivan en el predio, cada miembro de la familia empleado/a por la viña tendrá su propio contrato de trabajo individual.

3. Ambiente de trabajo seguro y sano

- 3.1. Las empresas proporcionarán un entorno de trabajo seguro y sano para los/as empleados/as, tomarán medidas adecuadas para prevenir accidentes y enfermedades, reduciendo al mínimo las causas de los peligros inherentes al entorno de trabajo.

- 3.2. Las empresas designarán a un representante de la gerencia mayor responsable de la salud y seguridad de todo el personal, y responsable de la puesta en práctica de un programa de trabajo sano y seguro.

- 3.3. Las empresas se esforzarán hacia la puesta en práctica de un marco integrado práctico de salud y seguridad, que tenga en cuenta el análisis de riesgos, la puesta en práctica de medidas de reducción o eliminación de esos riesgos, mecanismos para la toma de decisiones y supervisión de la puesta en práctica de las medidas de salud y seguridad.

- 3.4. Las empresas se asegurarán de:

- 3.4.1. Almacenaje, uso y disposición de pesticidas y agroquímicos en forma segura.
- 3.4.2. Proporcionar a los trabajadores/as el equipo y ropa necesarios de seguridad.
- 3.4.3. Que los trabajadores reciban entrenamiento adecuado en materia de salud y seguridad, incluyendo la manipulación de productos químicos y otras sustancias peligrosas, y en la conducción de maquinaria pesada.
- 3.4.4. Que existan las condiciones en el lugar de trabajo para proporcionar los primeros auxilios y tratamiento de emergencia frente a la ocurrencia de accidentes laborales. Asegurar al mismo tiempo que la documentación laboral esté disponible para ser usada ágilmente frente al seguro o ley de accidentes y enfermedades.
- 3.4.5. Que los letreros preventivos estén visibles y en todos los idiomas.
- 3.4.6. Tomar todas las medidas de seguridad y mecanismos de prevención contra incendios.
- 3.4.7. Tomar todas las medidas de seguridad y mecanismos de prevención contra la exposición a humos.
- 3.4.8. Asegurarse de que los/as empleados/as o familias que residen en las cercanías al lugar de aplicación de productos químicos no estén en riesgo.
- 3.4.9. Mantener limpias las instalaciones sanitarias de todos/as los/as empleados/as.
- 3.4.10. Proporcionar agua potable limpia a todos/as los/as empleados/as.
- 3.4.11. Que las instalaciones sanitarias sean impermeabilizadas y con cubierta de piso y techo adecuados; disponer de electricidad u otros recursos energéticos apropiados para la calefacción; evitar el hacinamiento de los/as residentes.
- 3.4.12. Tener condiciones de trabajo apropiadas para las mujeres embarazadas, en línea con el código de buenas prácticas.

- 3.5. Las empresas no promoverán prácticas que perpetúen una cultura de dependencia al alcohol. Donde la dependencia o el abuso del alcohol se identifiquen como problema, la empresa tomará medidas razonables para tratar el problema en el lugar de trabajo.

4. Libertad de asociación y derecho a negociar colectivamente

4.1. Los/as empleados/as sin distinción tendrán derecho a formar sindicatos u organizaciones y negociar colectivamente.

4.2. Las empresas se asegurarán de que los aumentos salariales y otros beneficios estén determinados por un proceso de negociación justa en el cual los/as trabajadores/as tengan una oportunidad genuina de representar sus intereses.

4.3. Las empresas adoptarán una actitud abierta hacia las actividades de sindicatos y no discriminarán contra ninguna persona debido a su calidad de miembro del sindicato o afiliación política.

4.4. Los sindicatos representativos que organizan a los/as trabajadores/as se registrarán por los términos del acto 66 de las relaciones de trabajo de 1995.

5. Los/as trabajadores/as no serán discriminados

5.1. Ninguna empresa apoyará la discriminación injusta por razones de raza, sexo, estado civil, orientación sexual, o género, respecto de sus prácticas y políticas de empleo, como reclutamiento, remuneración, acceso a entrenamiento, promoción, beneficios y disciplina.

5.2. Las empresas no tolerarán incidencias de hostigamiento sexual o racial en el lugar de trabajo; incluyendo gestos, palabras o contacto físico que sea amenazante o abusivo desde el punto de vista racial o sexual.

5.3. Las empresas promoverán las disposiciones del acto 55 de la equidad del empleo de 1998.

6. Adopción de medidas disciplinarias justas

6.1. El abuso, la disciplina física o su amenaza serán prohibidos.

6.2. Las empresas adoptarán reglas disciplinarias y los procedimientos de las disposiciones del acto 66 de las relaciones de trabajo de 1995, y mantendrán los expedientes de todos los procedimientos disciplinarios y el archivo personal del empleado/a implicado/a.

7. Las horas de funcionamiento no serán excesivas

7.1. Las empresas se asegurarán del cumplimiento de la jornada de trabajo conforme al derecho y se asegurarán de:

7.1.1. Que las horas de funcionamiento normales no exceden 45 horas por semana.

7.1.2. Las horas extras y el trabajo en días festivos sea voluntario.

7.1.3. El domingo y los días festivos se remuneran el doble del salario.

7.1.4. Las horas extras no excederán 10 horas a la semana.

7.1.5. Los trabajadores/as no trabajarán más de una semana sin un descanso por lo menos de 36 horas.

7.1.6. Los trabajadores/as recibirán vacaciones pagadas de tres semanas por año.

7.1.7. Que se pague la licencia por enfermedad.

7.1.8. Se proporcione licencia de maternidad en términos de las condiciones básicas del código del empleo.

7.2. La gerencia guardará los expedientes escritos de todas las horas trabajadas.

7.3. Antes del comienzo del empleo, se proporcionará a todos los/as empleados/as un contrato de trabajo, que precisará sus términos y condiciones en lo referente a horas de funcionamiento.

8. Los trabajadores recibirán un salario digno

8.1. Las empresas se asegurarán de que se pague a los/as empleados/as un salario digno -que les asegure un sustento adecuado-, el que debe ser suficiente para resolver necesidades básicas como alimento, ropa, abrigo y educación, y tener dinero para gasto discrecional.

8.2. Las empresas remunerarán a empleados/as de acuerdo con el principio de la igualdad de salario, igual trabajo, igual salario.

8.3. Para las tarifas por unidad, se considerará una tarifa diaria convenida en relación al salario mínimo.

8.4. Se proporcionará a los/as empleados/as documentación escrita y comprensible de la paga, que incluya la documentación clara de salarios brutos, de todas las deducciones hechas y de los salarios líquidos.

8.5. La liquidación de salario será hecha incluyendo el pago de leyes sociales y de otras deducciones estatutarias.

8.6. Las deducciones no serán hechas por lo que se refiere a la ropa protectora, al equipo de granja, o a otros artículos esenciales para el funcionamiento de las tareas de los/as trabajadores/as.

8.7. Las deducciones para el pago en clase no excederán del 20% del salario bruto del empleado/a y serán hechas con su consentimiento escrito.

8.8. En las granjas donde existan tiendas de comestibles o provisiones, las empresas se asegurarán de que funcionen de manera abierta y transparente, y de que los/as empleados/as no estén excesivamente endeudados.

8.9. Las empresas no proporcionarán alcohol como medio de pago, o como consideración voluntaria de una porción equivalente del salario.

9. El empleo regular será proporcionado

9.1. Cada trabajo realizado debe tener un reconocimiento establecido en el derecho nacional.

9.2. Las obligaciones legales y regulaciones de la Seguridad Social del trabajo no serán evitadas con el uso de sub-contratistas o con el uso excesivo de contrato a plazo fijo.

9.3. Si las empresas hacen uso de contratistas de trabajo, tomarán medidas para comprobar las condicio-

nes de empleo de los/as trabajadores/as subcontratados/as, y se esforzarán por asegurarse de que éste de cumplimiento a los estándares fijados en este código de conducta.

10. Seguridad del arrendamiento

10.1. Las empresas respetarán los derechos ocupacionales de los/as habitantes de la granja.

Anexo N°6

Proyecciones oficiales Municipalidad de Casablanca

Misión

Optimizar la posición de Casablanca en el territorio, macroregión central, con el fin de mejorar su eficacia productiva, la cohesión social, la integración territorial y la calidad de vida de sus habitantes, en un medio ambiente sustentable.

Posicionamiento marketing

Segmentación	Posicionamiento	Imagen Objetivo
Vecinos	Una comuna con identidad, con historia, con ideas y valores de convivencia, con políticas orientadas a mejorar la calidad de vida. Una comuna solidaria.	Una comuna para vivir, una comuna para trabajar
Empresas territorio Organizaciones	Un territorio favorable para sus actividades económicas y sociales, con un grado de alianzas capaz de impulsar el desarrollo de sus respectivas ventajas competitivas. Una comuna emprendedora.	Comuna emprendedora.
Inversionistas (públicos y privados)	Territorio dinámico y atractivo para invertir con garantías de rentabilidad social, económica y política. Una inversión con futuro.	Comuna para invertir
Turistas	Una comuna diferente que se puede disfrutar, vivir y recordar por su gente, por su ambiente, por su vino.	Una comuna para degustar

Fuente: Proyección 2010. SERPLAC I. Municipalidad de Casablanca.

La industria del vino en Chile ha tenido un fuerte desarrollo en el último tiempo. Las exportaciones de mostos y vinos han llegado a situarse durante el 2007 en el cuarto lugar en la lista de las exportaciones industriales chilenas, en tanto que como país ha logrado ubicarse a nivel mundial como el quinto exportador, después de países íconos en este rubro como Francia, Italia y España.

El Valle de Casablanca se ha constituido en una de las mejores zonas para la producción de vinos blancos, tanto en el país como en el extranjero, llegando a ser homologado a los valles californianos de Napa y Carneros. Aunque en términos de superficie y producción, Casablanca está por debajo de valles como Maule y Curicó, la calidad de sus vinos la ha relevado en importancia, lo que va de la mano de mayores precios.

La superficie plantada (aproximadamente 4.500 hectáreas) corresponde a unas 80 viñas de las cuales sólo 42 son procesadoras de uvas. Interesadas en la búsqueda de prestigio y reputación en el mercado internacional, muchas de estas viñas han dado vida a la Ruta del Vino de Casablanca, lo que ha significado realizar importantes inversiones en bodegas, casas de huéspedes y restaurantes, dando al paisaje una apariencia de lujo y bienestar en la zona.

El crecimiento de la industria, sin embargo, no va aparejado del desarrollo socioeconómico de los habitantes de la comuna. Vecinos y trabajadores/as de las grandes viñas dan cuenta de que éstas aún no han iniciado procesos concretos de aplicación de prácticas empresariales socialmente responsables. La Asociación de Empresarios Vitivinícolas del Valle de Casablanca, más bien releva objetivos de mejoramiento tecnológico y de marketing.

Actualmente, la industria, aunque con tendencias positivas en volumen y valor en sus exportaciones, se enfrenta a un difícil escenario económico y a una fuerte competencia en el mercado internacional, lo que hace imprescindible contar con un producto diferenciado. La responsabilidad social empresarial -RSE- podría constituirse en una oportunidad de consolidación del vino de este valle, como una marca que se destaque por su producción bajo condiciones éticamente responsables.

Este documento es un diagnóstico del estado de la RSE en la industria del vino en el Valle de Casablanca en tres grandes áreas: relación con los/as trabajadores/as, relación con la comunidad y protección medioambiental. A través de las recomendaciones y propuestas busca contribuir a orientar los primeros pasos de un proceso de incorporación de estándares éticos y responsabilidad social en las empresas del sector y así aportar en la senda del trabajo decente.



Residencial Seminario 984, Ñuñoa
Santiago • Chile

Fono: (56-2) 274 21 66
rsechile@mi.cl • coordinapuentes@vtr.net

www.redpuentes.org

**acción ciudadana por la responsabilidad
social y empresarial de las empresas**