

‘Tendencias de la Responsabilidad Social Empresarial de países en vías de Desarrollo. Caso Chile, y el impacto de la RSE sobre la industria exportadora de Fruta fresca’.

Avenida Brasil 2241, Piso 6
Valparaíso, Chile

Fono: (56 - 32) 273880
Fax: (56 - 32) 273806

www.vincular.org



Índice

1. Resumen
2. Introducción
3. FODA a la Industria en relación a la RSE
4. Retórica y práctica de RSE en Chile
5. Zanahorias y Palos: Presiones e incentivos en Chile para la RSE.



1. Resumen

El presente trabajo incluyó la revisión de más de 50 documentos publicados por instituciones nacionales como ASOEX, FDF, FEDEFRUTA, SAG, SERNAM, INE e internacionales como FAO, CEPAL, GAO, EUREP, FDA se revisó información específica de Responsabilidad Social Empresarial de GLOBAL REPORTING INITIATIVE, OCDE, ACCOUNTABILITY, OIT, BBC, BRC, GOOD CORPORATION, VINCULAR, y los trabajos de investigación del Profesor Sanjeev Khagram.

Se realizó una reunión de trabajo metodológico con los Profesores Sanjeev Khagram de 'The Kennedy School of Government'-Harvard University y Bradley Gogins de 'The Center for Corporate Citizenship' – Boston college. Esta reunión es sostenida en Valparaíso y de ella nace el documento expuesto en anexo 1. Marco Metodológico - Análisis de Responsabilidad Social Empresarial de la industria exportadora de fruta fresca chilena.

Se revisó la información disponible en los sitios en internet de las 8 exportadoras de fruta fresca mas grandes de Chile (Dole Chile s.a., Unifrutti Traders Ltda., David del Curto s.a., Del Monte Fresh Produce s.a., Copefrut s.a., Chiquita Enza Chile Ltda., Rucaray Ltda., Agricom Ltda.) y se condujo un análisis comparativo (benchmark) con la empresa Forestal TERRANOVA del Grupo Nueva.

Fueron entrevistados los principales líderes gremiales de la industria exportadora de fruta fresca, los representantes de ASOEX, FEDEFRUTA, FDF y Comité de Palta, con una entrevista estructurada. La misma entrevista fue aplicada al gerente de Responsabilidad Social Empresarial de Terranova en Chile.

Con el fin de obtener la información de actualidad de la industria exportadora de fruta y la Responsabilidad Social Empresarial se asistió a los Seminarios:

1. Seminario Internacional de Responsabilidad Empresarial: Empresa, comunidad y entorno ... Claves para el desarrollo sustentable. 9 abril 2003. Acción Empresarial. Chile.
2. Análisis de las Repercusiones en el Sector Agrícola de los Nuevos Acuerdos Comerciales Internacionales. 9 junio 2003. Facultad de Agronomía Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Chile.
3. Día de la Palta 2003. 10 Julio 2003. Comité de la Palta de Chile. Chile.
4. Reporte de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative. 7 agosto 2003. Empresa TERRANOVA. Chile.
5. Conferencia Internacional Responsabilidad Social la otra cara de la Competitividad, experiencia mundial y buenas prácticas orientadas a la apertura de nuevos mercados. 21 de Agosto 2003. Sociedad de Fomento Fabril. SOFOFA. Chile.



6. Seminario Regional de la Produce Marketing Association (USA) en Chile. 4 septiembre 2003. Asociación de Exportadores de Fruta Fresca. ASOEX. Chile.
7. Seminario en la Rueda Internacional de Negocios 2003 – Frutas y Hortalizas Chilenas de Exportación. 23-24 septiembre 2003. Federación de Productores de Fruta FEDEFruta. Chile.
8. Responsabilidad Social de la Empresa, hacia una cultura laboral de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. 9 octubre 2003. SERNAM – CEDEM. Chile.
9. Conferencia Interamericana de Responsabilidad Social Empresarial – RSE como Instrumento de Competitividad. 26-28 octubre 2003. Banco Interamericano de Desarrollo BID. Panamá.

Fueron analizadas las encuestas de Responsabilidad Social Empresarial realizadas en Chile por MORI ‘Los Consumidores Chilenos Valorán las prácticas socialmente responsables de las Empresas?’¹ y la Encuesta interactiva de respuesta simultánea (*on line*), de Responsabilidad Social Empresarial en la Conferencia Internacional Responsabilidad Social Empresarial: “La Otra Cara de la Competitividad”² SOFOFA - Vincular 2003, en esta última participan empresarios de la industria agrícola (5%).

Las conclusiones generales del presente trabajo han sido presentadas en el Seminario ‘Rueda Internacional de Negocios 2003 – Frutas y Hortalizas Chilenas de Exportación’³ y publicadas por el principal diario nacional Chileno ‘El Mercurio’ en su revista sectorial agrícola ‘Revista del Campo’ el lunes 27 de octubre del 2003 en la columna de opinión ‘Responsabilidad Social Empresarial: nuevo desafío agrícola’⁴.

Las conclusiones del presente estudio son:

1. La industria exportadora de fruta fresca y sus líderes sectoriales entienden la Responsabilidad Social Empresarial como las acciones sociales que conducen las empresas en las comunidades rurales que las rodean, así como las acciones y relaciones de la empresa con los trabajadores y las familias de los trabajadores.

¹ Mori. 2000. Encuesta ‘ Los consumidores Chilenos Valorán las prácticas socialmente responsables de las Empresas’. Estudio encargado por Acción Empresarial en Chile.

² Vincular. 2003. Encuesta Interactiva de Responsabilidad Social Empresarial, en la Conferencia Internacional de RSE ‘ La otra cara de la Competitividad’. SOFOFA- VINCULAR-ACHS-USEC.

http://www.sofofa.cl/eventos/2003/mayago/Encuesta21_8.ppt

³ Mex Dina. 24 de Septiembre 2003. Barreras no arancelarias: ¿Oportunidad o amenaza para el sector exportador hortofrutícola? en Seminario de Rueda Internacional de Negocios 2003 – Frutas y Hortalizas Chilenas de Exportación. <http://www.fruittrade.cl/Seminario/mex.pdf>

⁴ Mex Dina. 2003. Responsabilidad Social: Nuevo Desafío Agrícola. Revista del Campo. El Mercurio. P1. http://diario.elmercurio.com/2003/10/27/revista_del_campo/revista_del_campo/noticias/DB82915F-406E-4292-A9C0-507E81C8324F.htm?id={DB82915F-406E-4292-A9C0-507E81C8324F



2. La industria Exportadora de fruta fresca ha centrado sus prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en tres ejes principales: responsabilidad con los consumidores – inocuidad de los alimentos, responsabilidad con los trabajadores y responsabilidad con el medio ambiente. Su actuar se ha centrado en los estándares establecidos por Eurep y BRC en Europa y por estándares establecidos individualmente en los supermercados norteamericanos. Las Buenas Prácticas Agrícolas han sido impulsadas por las grandes exportadoras.
3. La Pyme Chilena es muy activa en la producción de fruta fresca, se estima que el 80% de la mano de obra utilizada por esta industria es ocupada por la Pequeña y Mediana empresa exportadora (PYME Exportadora = Empresas que exportan en total menos de un millón de dólares por año)⁵, la cual está encadenada a empresas exportadoras de gran tamaño. Este encadenamiento productivo es una vía ya establecida para la incorporación de mejoras de calidad requeridas por la industria.
4. La industria exportadora de fruta fresca cuenta con instituciones sólidas para la capacitación y entrenamiento de personal ejecutivo y operativo. El número de cursos orientados a las mejoras medioambientales, las mejoras en la gestión empresarial hacia las BPA, la prevención de riesgos laborales, el cumplimiento de leyes y normas, y aquellos en la temática de recursos humanos ha aumentado considerablemente. Se destacan los Organismos Intermedios de Capacitación especializados como AGROCAP y CAPFRUTA, y las instituciones capacitadoras específicas como Fundación Chile, Codesser, Inacap, existiendo una base sólida para capacitar en Responsabilidad Social Empresarial.
5. La industria exportadora de fruta fresca cuenta con instituciones sólidas para la investigación en temáticas como inocuidad de los alimentos, seguridad laboral, manejo integrado de cultivos, manejo de fruta en post-cosecha, entre otros. Las instituciones líderes son las Facultades de Agronomía de las Universidades Tradicionales (PUCV, PUC, UCHILE) e instituciones privadas como Fundación Chile.
6. Las leyes y normas que rigen la industria productora y procesadora de fruta fresca permiten a la industria alcanzar mercados altamente exigentes y competitivos. Las instituciones fiscalizadoras como el SAG y SS cumplen su

⁵ PROCHILE. 2003. TLC CHILE - ESTADOS UNIDOS: OPORTUNIDADES PARA LAS PYMES EXPORTADORAS, FEBRERO 2003. Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile, Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales.



función, sin embargo se requiere mayor capacitación en los funcionarios públicos. La entidad a cargo de la promoción de exportaciones, PROCHILE, ha visto una paulatina disminución en su presupuesto, lo cual atenta con la continuidad de su función en el exterior⁶.

7. Es necesario desarrollar capacidades de investigación en temáticas de transparencia, ética empresarial, relación calidad de vida/calidad laboral, apoyo de comunidades rurales, desarrollo sustentable, eco-eficiencia. Si bien estas temáticas están siendo investigadas en el país, no han sido desarrolladas en la industria agrícola.
8. Las nuevas barreras no arancelarias que establecen los países desarrollados (acusaciones de dumping, certificación ISO, certificación EUREP, entre otras) imponen a la industria exportadora de fruta fresca chilena el desafío de la asociatividad sectorial como herramienta válida para mejorar su posición competitiva en los mercados compradores. Existe en la industria un desalineamiento práctico entre los gremios productivos – exportadores y el sector público.
9. Es necesario desarrollar herramientas de gestión para conducir la incorporación de estrategias empresariales para las acciones de Responsabilidad Social Empresarial en la Pyme exportadora de fruta fresca. Esta estrategia debe estar orientada a la mejora de la competitividad empresarial y alineada con los actores relevantes como: Fedefruta, Asoex, FDF, Agrocap, Capfruta, CORFO, Codesser, SAG.
10. Existe una gran oportunidad para que la industria exportadora de fruta sistematice y reporte sus acciones de responsabilidad social empresarial a través de un informe de sostenibilidad, bajo un modelo internacional reconocido por el mercado de destino de la fruta (38% a Estados Unidos y Canadá, 25% a la Unión Europea y 12% a los Países del Oriente). El modelo de la Global Reporting Initiative (GRI) presenta las mejores ventajas para la industria, ya que involucra dos importantes stakeholder de la industria: trabajadores/comunidades y el medio ambiente.

⁶ Entrevistas a Bown Ronald - Asoex, Waisbluth Ricardo – Comité de Palta, Araya Edmundo - FDF, Schmidt Luis - Fedefruta.



Los principales beneficios de incorporar la RSE para la industria exportadora de fruta son:

- 1. Mantención y acceso a mercados exigentes;**
- 2. Disminución de los costos a través del uso eco-eficiente de los recursos (agua, fertilizantes, combustibles, pesticidas, energía eléctrica, entre otros insumos);**
- 3. La mejora en la reputación de las empresas y de la industria;**
- 4. La disminución del riesgo de las empresas y de la industria;**
- 5. El acceso a capital con principios de sustentabilidad.**



2. Introducción

La industria comercializadora de fruta fresca mundial ha tenido un cambio importante en su forma de estructurar el negocio, en décadas pasadas, los exportadores de fruta chilenos enviaban su producción a grandes remates en países desarrollados los cuales remataban la fruta en los mismos puertos de destino, en la actualidad se produce en mayor proporción la venta directa tanto a supermercados como a grandes mayoristas; esta realidad ha traído como consecuencia una relación comprador – vendedor, es más estrecha, directa, y por ende el comprador se preocupa de los predios de producción, de los procesos de embalaje, de las condiciones sanitarias en toda la cadena de proceso de la fruta. Junto con ello se ha dado el cambio en los requerimientos globales de fruta, décadas atrás se buscaba el menor precio no importando a quien se le compraba la fruta, actualmente, son los mayoristas y supermercados los que requieren estabilidad: la misma calidad de fruta, durante todo el año y en un volumen estable⁷.

Las empresas exportadoras grandes y transnacionales han conducido los cambios en la industria exportadora de fruta fresca, conformando en los inicios de los años '90 el grupo Penta (6 exportadoras principales: David del Curto, Copefrut, Dole, Unifrutti, UTC ahora Del Monte y CyD Internacional)), y fundando en el año 1992 la Fundación para el Desarrollo Frutícola, quien tiene la misión de detectar las necesidades de la industria y resolver problemáticas específicas.

La Responsabilidad Social Empresarial es un concepto que ha llegado a la industria agrícola en Chile desde dos focos principales, primero las empresas transnacionales lo han difundido y patrocinado entre sus proveedores ubicados en países en vías de desarrollo, y segundo, ha llegado como exigencia desde los importadores de fruta fresca chilena; en este segundo tema han sido especialmente exigentes los supermercados de Inglaterra y Estados Unidos. En una etapa próxima se prevé el surgimiento de normas ISO de RSE, que permitan verificar y certificar a las empresas que integran buenas prácticas a su gestión de negocios.

En Chile el sector agrícola exportador ha centrado hasta ahora sus prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, en tres ejes principales: la responsabilidad con los consumidores (inocuidad de alimentos), con los trabajadores y con el medio ambiente. Para ello ha suscrito un acuerdo público – privado en torno a las

⁷ Maldonado Germán. 16 de octubre de 2003. Exportadora: Del Curto tendrá Socio Estratégico. Noticia en Economía y Negocios. El Mercurio.



buenas prácticas agrícolas. El estado actual indica que existen 1320 predios y 75 instalaciones en concordancia con las Buenas Prácticas Agrícolas.

Un hito importante en la industria exportadora nacional ha sido el llamado del Presidente de ASOEX⁸ ' Debemos incluir los avances de la industria/país como las Buenas Prácticas Agrícolas, como un elemento diferenciador de nuestro país frente a los competidores' . Este llamado lo hizo frente a los empresarios y actores ejecutivos de la industria exportadora de fruta fresca en el Seminario Regional de PMA en Chile. En las entrevistas realizadas al Director y líder del Comité de Palta Chileno y al Presidente de la Federación de Productores de Fruta (Fedefruta) se aprecia un completo alineamiento virtuoso con el llamado realizado por Bown en julio del 2003.

En el contexto nacional la encuesta realizada en Sofofa por Vincular indican que la RSE es percibida como un asunto de principios y deber ético, para el 67% del grupo de empresarios, ejecutivos y profesionales asistentes a la Conferencia la principal razón de que una empresa sea socialmente responsable es "porque es un asunto de principios, un deber ético". Por otra parte perciben como beneficios el mayor compromiso y/o productividad de los trabajadores, la rentabilidad a largo plazo y la mejora en la imagen corporativa y reputación de la empresa.⁹ El llamado que realiza el presidente de la Sofofa en agosto del presente año marcan los cambios en el rumbo que debiera tomar la industria en general, Juan Claro indicó: ' Debemos tratar de ir siempre un paso más adelante y evitar detenernos en la contemplación y el halago. Los grandes logros son muchas veces la sumatoria de muchos pequeños hitos, que finalmente obtienen respeto y reconocimiento gracias a un acertado puntapié inicial. Lo más valioso de la responsabilidad social es convertirla en un objetivo sustentable y reconocer su valor como elemento diferenciador, validándola en el mediano y largo plazo como un factor claramente de competitividad. La empresa y la institución que aplican con éxito la Responsabilidad Social es porque han entendido que aquello no se basa en acciones solitarias, quijotescas o individualistas, sino en iniciativas transversales y que logran en definitiva un alto grado de adhesión de la comunidad empresarial, donde se inserta, de sus proveedores, de su mercado, de sus consumidores. Los invito, entonces, a aprehender nuevos conceptos y modelos que están dando frutos en otros puntos del mundo así como a fortalecer la tarea

⁸ Bown Ronald. 4 septiembre 2003. Seminario Regional de la Produce Marketing Association (USA) en Chile. Asociación de Exportadores de Fruta Fresca - ASOEX.

⁹ Vincular. 2003. Encuesta Interactiva de Responsabilidad Social Empresarial, en la Conferencia Internacional de RSE ' La otra cara de la Competitividad'. SOFOFA- VINCULAR-ACHS-USEC.
http://www.sofofa.cl/eventos/2003/mayago/Encuesta21_8.ppt



de entusiasmar y debatir elementos que consoliden esta otra cara de la competitividad de Chile que es la responsabilidad social.^{10,}

La industria Chilena se compone de 700 exportadores de fruta fresca, 7.000 productores de fruta ubicados en 214.485 hectáreas, y tiene una ocupación laboral de 749.000 personas (promedio año 2002) de la cual el 6% está desocupada. Esta industria generó en la temporada 2002-2003 retornos por US\$1.671.000.000.-, con un volumen de 1.889.157 toneladas de fruta fresca a más de 70 países en el mundo¹¹. Los gremios pronostican un aumento de a lo menos un 5% para la temporada 2003-2004 en virtud de la firma del acuerdo con la Unión Europea, la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, el favorable clima que existe en Chile para los cultivos de frutas, y al levantamiento de la restricción a la importación de fruta chilena en China.

Las siglas de instituciones relevantes para el presente estudio son:

Extranjeras

| | |
|-------|--|
| CEPAL | Comisión Económica para América Latina y el Caribe |
| CFSAN | Center for Food Safety and Applied Nutrition de Estados Unidos |
| EHI | Organización de Supermercados Alemana |
| EPA | Environmental Protection Agency de Estados Unidos |
| EUREP | Euro-Retailer Produce Working Group |
| FAO | Food and Agriculture Organization of the United Nations |
| FAS | Foreign Agricultural Services USA |
| FDA | Food and Drug Administration de Estados Unidos |
| GAO | (United States General Accounting Office) |
| GATT | General Agreement on Tariffs and Trade |
| IICA | Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura |
| PMA | Produce Marketing Association |
| UFFVA | United Fresh Fruit & Vegetables Association |
| USDA | Departamento Agrícola de Estados Unidos |

¹⁰ Claro Juan. Presidente SOFOFA y CPC. Discurso Inaugural Seminario Internacional de RSE. SOFOFA. http://www.sofofa.cl/eventos/2003/mayago/jc21_8.pdf

¹¹ Noticia 'Agricultura: El Sector frutícola cierra con record envíos y todavía espera mejorar'. 16 de octubre 2003. Economía y Negocios. El Mercurio.



Chile

| | |
|-----------|---|
| AFIPA | Asociación Nacional de Fabricantes e Importadores de Productos Fitosanitarios Agrícolas |
| ASOEX | Asociación de Exportadores |
| AGROCAP | Organismo Intermedio de Capacitación de ASOEX |
| CAPFRUTA | Organismo Intermedio de Capacitación de Fedefruta |
| CEDEM | Corporación de Estudios para el Desarrollo de la Mujer |
| CNPL | Consejo Nacional de Producción Limpia |
| CONAMA | Comisión Nacional de Medio Ambiente |
| COREMA | Comisión Regional del Medio Ambiente |
| CORFO | Corporación de Fomento Productivo |
| CPC | Confederación de la Producción y del Comercio |
| FIA | Fundación para la Innovación Agraria |
| FDF | Fundación para el Desarrollo Frutícola |
| FEDEFRUTA | Federación de Productores de Fruta |
| INE | Instituto Nacional de Estadísticas |
| ISP | Instituto de salud Pública |
| MINAGRI | Ministerio de Agricultura, |
| MINECON | Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, |
| MINSAL | Ministerio de Salud |
| ODEPA | Oficina de Estudios y Políticas Agrarias |
| PROCHILE | Dirección de Promoción de Exportaciones |
| PUC | Pontificia Universidad Católica de Chile |
| PUCV | Pontificia Universidad Católica de Valparaíso |
| SENCE | Servicio Nacional de Capacitación y Empleo |
| SERNAM | Servicio Nacional de la Mujer |
| SESMA | Servicio de Salud del Ambiente |
| SOFOFA | Sociedad de Fomento Fabril |
| SS | Servicio de Salud |
| UCHILE | Universidad de Chile |



3. FODA A LA INDUSTRIA EXPORTADORA DE FRUTA FRESCA EN EL ÁMBITO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Fortalezas

- Sólida y reconocida estructura gremial, tanto de los productores (FEDEFruta) como de los exportadores (ASOEX).
- Reconocimiento y credibilidad en los mercados compradores de fruta fresca en los países desarrollados.
- Programa de Buenas Prácticas Agrícolas suscrito por el sector público - Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, Ministerio de Salud, Ministerio de Agricultura, Corporación de Fomento Productivo (CORFO), Comisión Nacional de Medio Ambiente (CONAMA), Consejo Nacional de Producción Limpia - y por el sector privado - Federación de Productores de Fruta (Fedefruta), Asociación de Exportadores (ASOEX) y Empresas del sector.
- Sólida y reconocida entidad reguladora y normalizadora del estado fitosanitario del País. SAG.
- Industria que tradicionalmente ejecuta buenas prácticas y es proactiva a las exigencias del mercado.
- Experiencia en exportación, la fruta fresca llega actualmente a 70 países en el mundo.
- El tamaño de la industria, 1.889.157 toneladas de fruta fresca, la consolidan entre los líderes del rubro a nivel mundial. Actualmente Chile es líder de exportaciones del hemisferio sur, sobrepasando a sus principales competidores Nueva Zelanda, Sud Africa y Australia, representando un 48,5% del total exportado desde el hemisferio sur.
- Los líderes gremiales y empresariales están alineados con las temáticas de Responsabilidad Social Empresarial.
- Estados Unidos, Europa y los principales países compradores de fruta fresca tienen una percepción neutra respecto a las actuaciones de la industria y la RSE¹².
- Chile ha suscrito 12 acuerdos bilaterales, negociando con ello de manera preferencial con 36 países que en conjunto significan el 88% del comercio mundial¹³.
- La fruta chilena es reconocida por estudios realizados por la GAO (United States General Accounting Office) como segura y producto de procesos que

¹² Bown Ronald. 2003. Posicionamiento de Chile en los Estados Unidos de America. Seminario Regional de PMA en Chile.

¹³ Matus Mario. 2003. Visión externa de Chile como socio comercial. Seminario Análisis de las Repercusiones en el Sector Agrícola de los nuevos Acuerdos Comerciales Internacionales.



aseguran la inocuidad de ella, enfocado en los estándares de los pesticidas y las leyes y reglamentos sanitarios Chilenos¹⁴.

- Existen más de 3.000 cursos dictados en la industria productora y exportadora de fruta fresca, el aumento de cursos en las temáticas de Medioambiente y gestión de recursos naturales (año 1999 eran 9 y año 2002 eran 257), en prevención de riesgos (22 a 267), cumplimiento de normas y leyes (16 a 148), Recursos humanos (11 a 231) y gestión que incluye las buenas prácticas agrícolas (22 a 281) fortalecen la capacidad de difundir y adoptar temáticas faltantes de RSE.

Oportunidades

- Ser la industria productora y exportadora de fruta fresca pionera en alinear sus prácticas comerciales, sociales y ambientales con la prácticas de sostenibilidad que se enmarquen en la Responsabilidad Social Empresarial.
- Distinguir la fruta fresca chilena con un sello de calidad de RSE.
- Apertura de nuevos mercados.
- Mantención de mercados altamente exigentes, donde el consumidor tiene la información y la educación para forzar decisiones, donde los consumidores son celosos de su tiempo y conocen las opciones de precio y calidad para un producto¹⁵.
- Responder oportuna y adecuadamente a las tendencias detectadas en los mercados de países desarrollados, respecto a la información requerida de los productos¹⁶.

Debilidades

- Gran atomización y dispersión geográfica y cultural del sector productor de fruta fresca.
- Dificultad para difundir la información entre los 7.000 productores de fruta fresca.
- Falta capacidad para procesamiento y análisis de información recopilada.
- Desalineamiento práctico entre entidades públicas y privadas.
- Resistencia a cambios en las Pyme's.
- La entidad de gobierno encargada del resguardo de la inocuidad y residualidad de los alimentos (Servicio de Salud e ISP), ha sido mal evaluada por estudios realizados por EEUU.

¹⁴ GAO. 1994. Pesticide Standards and Concerns Regarding Chilean Sanitary Rules. U.S. Chilean Trade. United States General Accounting Office.

¹⁵ Tucker Nancy. 2003. Las ventas a Estados Unidos en un tiempo de cambios y nuevas regulaciones. Seminario Regional de PMA en Chile.

¹⁶ Cuellar Sandra. 2003. Un Menú de Oportunidades: Frutas y Verduras Frescas en el Sector de Servicios Alimentarios. Seminario Regional de PMA en Chile.



Amenazas

- Aumento de las exigencias en RSE desde países desarrollados, por ejemplo, prácticas de empresas europeas alineadas con las directrices de Responsabilidad Social Empresarial de la Comunidad Europea (Libro Verde de la Comisión Europea. 02-07-2002).
- Rápido avance de países competidores, como Nueva Zelanda, Sudáfrica y Australia.
- Chile adhiere, después de la firma del TLC con EEUU, a más de 20 acuerdos internacionales destinados a proteger el medioambiente y a asegurar el desarrollo sustentable. Junto con ello Chile aumenta sus compromisos para promover los derechos de los trabajadores.



4. Retórica y Práctica de RSE

En la industria Agrícola solamente las empresas transnacionales que operan en Chile están atentas a la temática de Responsabilidad Social Empresarial (Bown, 2003). Según la revisión efectuada a los sitios web de cada una de ellas, se puede señalar lo siguiente: ninguna empresa ha publicado un triple balance en su sitio web y tampoco ha sido informado a los gremios de su existencia.

CHIQUITA- ENZA, empresa corporativa norteamericana, la matriz de una de las empresas socias es Chiquita Brands International Inc. y Enza.

Chiquita Brands es una empresa internacional líder en la producción, distribución y comercialización de bananos, kiwi, cítricos, duraznos, uva de mesa, manzanas, peras, etc. Se agregan también algunos productos procesados tales como jugos de fruta, maíz en conserva, ensaladas pre-picadas, etc. Chiquita posee una fuerza laboral que supera las 40.000 personas alrededor del mundo. Sus ventas anuales alcanzan los US\$ 2.400 millones.

Enzafruit New Zealand es la estructura única a través de la cual Nueva Zelanda exporta sus manzanas y peras. Es controlada por sus asociados conocida como The New Zealand Apple and Pear Marketing Board. En 1991 el Board introdujo la marca ENZA para su fruta de exportación. ENZA es el mayor y más prestigioso comercializador de manzanas y peras del mundo. Sus ventas anuales superan los US\$ 450 millones.

Chiquita Brands Inc. ha realizado Informes de Responsabilidad Corporativa, en los años 2001, 2002 y 2003. El reporte del año 2002 está en proceso de publicación. En ellos presenta un triple balance: social, medioambiental y financiero. Éste informe no incluye los procesos productivos realizados en Chile, si indica los beneficios que ha tenido la empresa el actuar en concordancia a una estrategia de RSE: 'Proteger el ambiente conserva los suelos de los cuales dependemos y reduce nuestros gastos en agroquímicos. Las buenas relaciones laborales mejoran la productividad, nos permiten ser más eficientes y reducen el riesgo de huelgas e interrupciones en los lugares de trabajo. La honestidad y la transparencia refuerzan las relaciones, crean confianza y mejoran las reputaciones'. Ha elaborado un código de conducta para la empresa.

DOLE (Dole Food Company) declara en su web corporativa sus principios y acciones de Negocio Responsable, el cual involucra temáticas medioambientales, relación con los trabajadores, calidad de los productos, relaciones con la comunidad y su campaña antidroga. Destaca haber recibido la certificación ISO 14.001 en Chile, la cual incluye la verificación de los procesos de cultivo, proceso de packing y conservación de fruta fresca; fueron incluidos en el proceso a 60 productores de fruta externos a la compañía. Además la empresa filial chilena 'Cartones' fue certificada el año 2000 en ISO 9.001, esta empresa fabrica cajas de cartón para la exportación de fruta fresca.



DAVID DEL CURTO, no tiene página web.

UNIFRUTTI TRADERS es una empresa de capitales italianos, actualmente posee más de 4.000 hectáreas de plantaciones de fruta, con lo cual sus embarques sobrepasan los 12 millones de cajas anuales, con inversiones por más de 120 millones de dólares, llegando a ser actualmente el segundo productor y exportador más grande de fruta fresca en Chile.

En su Web declaran un compromiso con sus clientes y consumidores, el cual materializan en productos de calidad (higiene, seguridad alimentaria) y con la protección ambiental y responsabilidad social. Su política declarada la demuestran a través de la certificación HACCP del Food Protection Program otorgado por Scientific Certifications Systems (www.scs1.com), empresa auditora internacional. Igualmente destacan la certificación de sus proveedores de fruta fresca de cumplimiento del protocolo Eurep-gap, certificación obtenida de la empresa auditora internacional, CMI Certification Ltd. (www.cmi-plc.com). La certificación HACCP abarca siete plantas de proceso y la certificación Eurep-gap incluye seis huertos productores de fruta.

DEL MONTE FRESH PRODUCE S.A., opera en la producción y comercialización en más de 50 países, emplea a más de 25.000 personas, desde Chile exporta 9.764.700 cajas de fruta. En su web valora la ética de los negocios, donde la relaciona con el uso de pesticidas y la inocuidad alimentaria. También precisa la importancia de los trabajadores para la empresa y afirma que la seguridad laboral es una de sus principales preocupaciones. Finalmente expone las certificaciones recibidas por las operaciones en los distintos países, aquellas realizadas en Chile están certificadas por ISO 9.000, ha sido certificada bajo la norma Eurepgap, y avanza hacia la certificación ISO 14.000.

COPEFRUT S.A., La Cooperativa Agrícola y Frutícola de Curicó Ltda.. exporta casi 9 millones de cajas al año, no expone en su web elementos de Responsabilidad Social Empresarial.

RUCARAY LTDA., empresa compuesta por capitales chilenos, exporta 4 millones de cajas anuales, y cultiva más de 1.500 há de frutales. No expone en su web información de Responsabilidad Social Empresarial.

AGRICOM, empresa exportadora de 4.000 cajas de fruta al año, no comunica acciones de RSE en su web.



5.1. Zanahorias y Palos: Presiones e incentivos en Chile para la RSC en la Industria Agrícola.

La Industria Agrícola Exportadora ha sido incentivada a establecer prácticas de responsabilidad social empresarial, en tres ejes principales: la responsabilidad con los consumidores, la responsabilidad con los empleados y la responsabilidad con el medioambiente.

5.1.1. El Caso de Negocio Agrícola: la Exportación de Fruta fresca

5.1.1.1. Mantención de Mercados

El mundo globalizado trabaja hacia el concepto llamado Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) que tiene en su eje mayor el fin de transmitir una preocupación por la sostenibilidad del negocio agrícola. Es de cuidado en las BPA la sostenibilidad ambiental, económica y social de la producción y procesamiento de alimentos originados en la explotación agrícola.

El desarrollo de las BPA ha movilizadas a distintos stakeholders: gobiernos, industrias de alimentos, agricultores y consumidores, que tratan de alcanzar objetivos concretos de seguridad alimentaria, la calidad de los alimentos, la eficiencia de la producción, los medios de vida y los beneficios para el medio ambiente a medio y largo plazo.

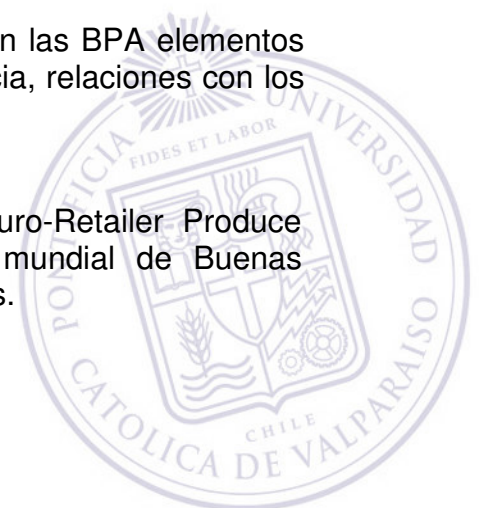
Las buenas prácticas agrícolas están enfocadas en un accionar de tres de los cuatro actores principales de una relación corporativa, en este modelo no están incorporados los actores de la Sociedad Civil, el acuerdo de BPA es firmado por gobierno, entidades reguladoras, actores privados y representantes gremiales del sector económico; sin embargo no hay un actuar de la sociedad civil, ONG's, representantes de los trabajadores, comunidades rurales, etc.

Las normativas y exigencias en supermercados (EUREP, diversos en USA), el encadenamiento productivo con los proveedores (exigencia de HACCP, BRC, ISO 9.000, 14.000 y 18.000).

En cuanto al actuar de la industria, no están incorporados en las BPA elementos importantes y claves de la RSE como son: ética, transparencia, relaciones con los empleados, relaciones con proveedores.

EUREP-GAP

EUREP (Grupo de Trabajo de Minoristas Europeos, o Euro-Retailer Produce Working Group) establece un marco para el desarrollo mundial de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA o GAP), para cultivos hortofrutícolas.



El marco EUREP define el nivel base/mínimo requerido por los Minoristas líderes en Europa, basado en el principio de Producción Integrada (PI o ICM). Ésta es una filosofía que reconoce la necesidad de producir de una manera económicamente viable, minimizando el impacto ambiental.

CHILE GAP

Chile ha propuesto un Chile GAP el cual incluye los requerimientos de EurepGap y de Buenas Prácticas Agrícolas en los distintos supermercados en Estados Unidos.

BRC

El estándar BRC es aplicable a toda la industria de Alimentos y Bebidas, y establece requisitos para los sistemas de gestión de calidad e inocuidad alimentaria en las instalaciones, equipos y procesos de elaboración. El estándar BRC requiere la adopción del sistema HACCP, mantener un sistema documentado de Gestión de Calidad, implementar la infraestructura según las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y contar con un sistema de control de producto, proceso y personal.

En el año 1990, con la introducción del Acta de Inocuidad Alimentaria en UK, los minoristas o supermercados Ingleses se vieron en la necesidad de ejercer la **diligencia debida**, es decir, tomar todas las precauciones razonables, para evitar fallas en el desarrollo, proceso, distribución, publicidad y ventas de productos alimenticios a sus consumidores. Este hecho se vio particularmente impulsado por la existencia de **Marcas Propias** en la industria minorista de UK, la cual supera el 50% de las ventas.

A mediados de los noventa, y debido a razones técnico - económicas, surgió la necesidad de reemplazar en cierta medida a los equipos técnicos de los supermercados, que velaban por el cumplimiento de los requerimientos establecidos en las instalaciones de sus proveedores, por un sistema basado en inspecciones realizadas por terceras partes. Comenzó entonces el desarrollo de **estándares propios de los supermercados**, ante lo cual surgió la necesidad de contar con organismos de acreditación que homologaran los requerimientos entre los diferentes supermercados. Es así como se inició el desarrollo del **protocolo del British Retail Consortium** o BRC, en un trabajo conjunto entre supermercados, organismos de acreditación y otros integrantes de la industria de alimentos. Actualmente, la certificación del protocolo BRC es realizada por empresas certificadoras acreditadas ante organismos acreditadores, miembros del IAF (International Accreditation Forum).

El cumplimiento de los requerimientos del protocolo BRC le permite a la empresa optar a dos niveles de certificación, nivel básico o fundacional y nivel superior. Grandes cadenas de Supermercados Europeos como Albert Heijn, Asda, Safeway, Sainsbury, Tesco, Waitrose, entre otras, exigen que su proveedor de



alimentos y bebidas cuenten con una certificación de tercera parte del estándar BRC para poder incorporarlo como proveedor.



Rainforest Alliance

La Rainforest Alliance es una organización sin fines de lucro, que funciona como Secretaría de la Sustainable Agricultural Network (SAN) en Estados Unidos. La certificación de predios agrícolas se ha centrado en centro América y bosques de Sudamérica, en cultivos como café, bananos, flores, piñas, cacao, cítricos y follajes. De las 88.000 há. Certificadas, un 84% son cultivos de bananos y un 23% cultivos de café. Estos cultivos son comercializados con el sello Rainforest Alliance.

Los países con mayor superficie certificada son Costa Rica (27.000 há), Panamá (13.500 há), Ecuador (13.200 há), Guatemala (12.000 há). Chile no cultiva ninguna de las especies que Rainforest certifica.

Certificación Primuslabs

La empresa Norteamericana certifica los siguientes procesos:

Las **Buenas Prácticas de Agricultura** son guías de consulta establecidas para asegurar un entorno de trabajo limpio y seguro para todos los empleados, mientras se elimina el potencial de contaminación en los productos alimenticios.

HACCP es un sistema de principios establecido para asegurar que la producción de los productos alimenticios estén exentos de riesgos de contaminación incluyendo riesgos químicos, físicos, y microbiológicos.

Las **Buenas Prácticas de Manufactura** son regulaciones publicadas por la Administración de Alimentos y Drogas (FDA) para proveer los criterios de conformidad con el Acta Federal sobre alimentos, drogas y cosméticos (FD&C ACT), requiriendo que todos los alimentos de consumo humano estén libres de toda adulteración.

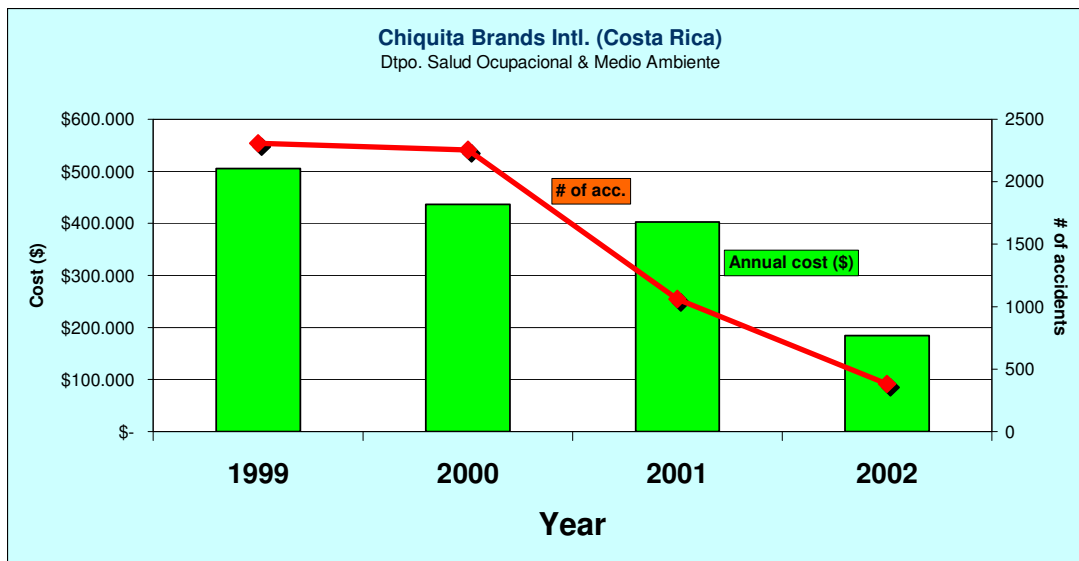


5.1.1.2. Disminución de Costos y mejora de la Eficiencia

La disminución en el uso de recursos naturales renovables y no renovables, la racionalización de la producción, y la incorporación de nuevas tecnologías de producción han sido reportadas como los principales beneficios de la eco-eficiencia¹⁷.

Las empresas agrícolas exportadoras de fruta fresca no presentan ningún análisis en este tópico, los antecedentes presentados a continuación corresponden a otros países en América y el caso de la forestal Terranova en Chile.

Chiquita Brands presenta en la Conferencia Interamericana de Responsabilidad Social Empresarial 2003 beneficios para la empresa como: aumento de productividad, aumento en la flexibilidad y calidad, junto con ello reporta una disminución de los costos de producción. En el gráfico siguiente se aprecia la disminución en los costos calculados por Chiquita Brands en una de sus fincas en Costa Rica, al incorporar mejoras sustentables en su proceso productivo¹⁸.



¹⁷ Olabe Antxon. 2003. Empresa, Medio Ambiente e Indicadores de sostenibilidad en el marco de la Responsabilidad Social Corporativa. Material Master en Responsabilidad Social Corporativa y Auditoría social. Universidad de Barcelona.

¹⁸ Jaksch George. 2003. Participación en la Comunidad como fuente de Competitividad, la Experiencia de Chiquita. En la Conferencia de Responsabilidad Social Empresarial La otra cara de la Competitividad. BID.

El Grupo Empresarial Ecos, fondo privado de capital de riesgo destinado a identificar empresas sostenibles en América Latina quien pertenece al consorcio empresarial Grupo Nueva, en su Reporte de Sostenibilidad 2001, afirma: 'estamos seguros que la eco-eficiencia constituye una herramienta fundamental para producir en forma eficiente productos de alta calidad'. El reporte de ECOS indica que las empresas agrícolas consumen importantes cantidades de energía y combustibles (Gasolina, Diesel, electricidad), recursos que pueden ser ahorrados a través de la eficiencia; el agua es utilizada para el riego y procesamiento de postcosecha, y su ahorro se enfoca en la eficiencia en los sistemas de riego y conducción del agua, reutilización del recurso y adecuada aireación en los lugares de almacenaje¹⁹.

Terranova, empresa Forestal que opera en Chile, indica en su reporte de sostenibilidad 2001, una disminución de los costos como consecuencia del uso racional y eficiente de pesticidas, fertilizantes, agua (en las etapas de vivero), combustibles, electricidad, reutilización de insumos metálicos e incorporación de residuos vegetales al bosque explotado²⁰.

Chiquita Brands cuantifica en su reporte de sostenibilidad 2001 la disminución de costos producto de un menor uso de pesticidas (bajaron un 14% comparando los años 2001 con 1997), para ese período la empresa reporta ahorros de US\$1.123.- por hectárea de cultivo de banano; también cuantifican el ahorro generado por la re-utilización de los pallets usados en el transporte de la cajas de fruta exportada, solamente las bananas exportadas a Europa generaron US\$3.000.000.- de ahorro en el año 2001, producto de la reutilización de 800.000.- pallets²¹.

Fresh del Monte reporta la re-utilización de las partes plásticas de los embalajes de bananos, sin cuantificar el ahorro que ello significa²².

La encuesta realizada por Vincular en el presente año, muestra que lo empresarios y directivos de empresas, consideran como mayor beneficio de las prácticas de RSE la mayor productividad de los trabajadores de la empresa, lo cual conlleva menores costos operativos para ella.

5.1.1.3. Reputación y Reconocimiento de Marca

El tema de la reputación es significativa para el empresario Chileno, en la encuesta realizada en SOFOFA 300 ejecutivos y empresarios respondieron como

¹⁹ ECOS. Reporte de Sostenibilidad 2001. Empresas Grupo ECOS.

²⁰ TERRANOVA Reporte de Sostenibilidad 2001. Reporte Forestal Terranova, Grupo Terranova.

²¹ CHIQUITA BRANDS INTERNATIONAL, INC. Informe de Responsabilidad Corporativa 2001.

²² www.freshdelmonte.com



segundo beneficio principal de la Responsabilidad Social Empresarial el hecho que 'Mejora su Imagen Corporativa y Reputación'²³.

En Chile fue visitada la Forestal Millalemu, perteneciente al grupo de empresas Terranova, quienes indican que su trabajo con las comunidades locales ha significado una importante mejora en la reputación. El trabajo realizado por esta empresa chilena marca la pauta en esta temática, inicialmente realizaron un análisis de las comunidades relacionadas, las definieron y ranquearon, luego se inició el contacto con 12 comunidades rurales, posteriormente se realizó un taller 'brenchstorming' para determinar las problemáticas donde la empresa las afectaba²⁴.

Jaksch presenta en la Conferencia Interamericana de RSE que para Chiquita Brand la reputación es un recurso incalculable, cita al respecto los medios de comunicación que destacan el trabajo realizado por Chiquita Brands en Responsabilidad Social Corporativa.

1. The banana giant that found its gentle side

Financial Times (UK), December 2002

2. Chiquita's path from pariah to paradigm

Ethical Corporation (UK), March 2003

3. The end of the banana republic

De Standaard (Belgium), March 2003

4. Implementing CR: The Chiquita case

Journal of Business Ethics (Netherlands), May 2003

5. Can a company differentiate itself selling bananas?

El Pais (Spain), July 2003

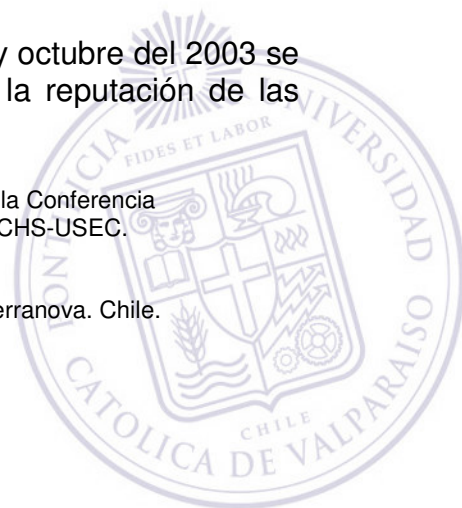
6. Sweet rewards

Green@Work (USA), July/August 2003

En todas las entrevistas realizadas entre los meses de junio y octubre del 2003 se manifiesta por parte de los entrevistados que la mejora en la reputación de las

²³ Vincular. 2003. Encuesta Interactiva de Responsabilidad Social Empresarial, en la Conferencia Internacional de RSE 'La otra cara de la Competitividad'. SOFOFA- VINCULAR-ACHS-USEC. http://www.sofofa.cl/eventos/2003/mayago/Encuesta21_8.ppt

²⁴ López Jorge. Octubre 2003. Entrevista personal en Forestal Millalemu, Grupo Terranova. Chile.



empresas es un claro beneficio de las acciones de RSE, si bien no es conocido como cuantificarlo²⁵.

5.1.1.4. Manejo de Riesgo

Uno de los beneficios directos percibidos por la empresa forestal Terranova es la disminución de las superficies perdidas como consecuencia los incendios forestales.

La empresa productora de Bananos de Ecuador Favorita Fruit Company, declara en la Conferencia Interamericana de RSE, que su empresa ha accedido a financiamiento de instituciones como IFC – International Financial Corporation y CDC - Commonwealth Development Corporation.

IFC – International Financial Corporation, tiene la misión de fomentar inversiones sostenibles del sector privado en los países en desarrollo, para ayudar a reducir la pobreza y mejorar las condiciones de vida de la gente. IFC forma parte del Grupo del Banco Mundial. Chile firmó el convenio Constitutivo el año 1955 y pertenece a la Región de América Latina y el Caribe.

CDC - Commonwealth Development Corporation, provee capital de riesgo para negocios del sector privado de mercados emergentes. Para atender los requerimientos de Latinoamérica tiene oficinas en Bolivia y Costa Rica, tiene larga experiencia en el desarrollo de negocios en los países emergentes, prestando asesoría.

Por otra parte Jaksch señala el beneficio de acceder a inversionistas con criterios sociales, lo que disminuye los riesgos financieros de la compañía.

5.1.2. Gobiernos Corporativos y Reportes

En Chile no hay reportes corporativos en empresas agrícolas, la única empresa que reporta en el medio es Forestal Terranova, ello abre grandes espacios para incorporar temáticas de RSE.

A nivel mundial existen distintos tipos de reportes y normas de auditoría. Chiquita reporta bajo su propio modelo, Terranova y Ecos los hacen a través de la Global Reporting Initiative – GRI.

²⁵ Schmidt Luis, Presidente Fedefruta. Bown Ronald, Presidente ASOEX. Araya Edmundo, Director General FDF. Waisbluth Ricardo, Gerente Operaciones Comité Palta. Kunz Marcelo, Gerente de Responsabilidad Social Empresarial Terranova. López Jorge, Gerente General Millalemu, Grupo Terranova.



GRI es un marco para reportar, en base a guías, protocolos y suplementos sectoriales. No corresponde a un estándar de desempeño (e.j. SA 8000), tampoco a un estándar de gestión interna (e.j. ISO 9.000, 14.000 y 18.000), no es un estándar de verificación (e.j. AA1000S), finalmente no es un código o principio de conducta (e.j. Global Compact). La misión del GRI es elevar los informes de sostenibilidad a un nivel equivalente a los informes financieros, basado en un proceso global, transparente y diverso en relación con los públicos interesados Stakeholders.

En Chile reportan utilizando el modelo de GRI las empresas del grupo Terranova y Codelco.

5.1.3. Legislaciones y Normas para la Industria.

La industria productora y exportadora de fruta se rige bajo varias normas

- Normas fitosanitarias, que competen al SAG su fiscalización.
- Normas arancelarias, a cargo de las instituciones aduaneras de los distintos países de destino y origen.
- Normas de embalaje y procesamiento, difieren de un país a otro.

Las legislaciones que afectan el comportamiento responsable de la industria se centran en:

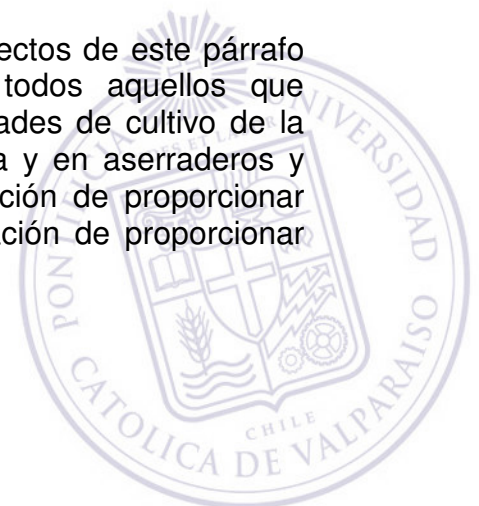
- Ley laboral. Trabajo Infantil

El artículo 14, inciso 1º del Código del Trabajo dispone que: "Los menores de dieciocho años de edad no serán admitidos en trabajos subterráneos, ni en faenas que requieran fuerzas excesivas, ni en actividades que puedan resultar peligrosas para su salud, seguridad o moralidad".

El artículo 18 del Código del Trabajo establece: "Queda prohibido a los menores de dieciocho años todo trabajo nocturno en establecimientos industriales, que se ejecuten entre las veintidós y las siete horas, con excepción de aquellos en que únicamente trabajen miembros de la familia, bajo la autoridad de uno de ellos.

- Ley laboral. Trabajador temporal

El artículo 93, del Código del Trabajo, dispone: "Para los efectos de este párrafo se entiende por trabajadores agrícolas de temporada, todos aquellos que desempeñen faenas transitorias o de temporada en actividades de cultivo de la tierra, comerciales o industriales derivadas de la agricultura y en aserraderos y plantas de explotación de maderas y otras afines". Obligación de proporcionar habitación. Obligación de proporcionar alimentación. Obligación de proporcionar medios de movilización



- Ley medioambiental.

La principal es la Ley 19.300 de bases del Medio ambiente, esta ley ordena y faculta a la CONAMA para coordinar y evaluar acciones que impacten el medioambiente.

- Temas Emergentes

Para el análisis de los temas institucionales, regulatorios y de fomento emergentes, S.E. el Presidente de la República de Chile, mediante instructivo presidencial de fecha 22 de septiembre de 2003, formalizó la creación de un Comité de Ministros para el estudio del desarrollo de la agricultura nacional en el marco de los Tratados de Libre Comercio suscritos por Chile. Este Comité tendrá un plazo de 180 días para presentar sus recomendaciones y propuestas y está constituido por los Ministros de Agricultura, de Relaciones Exteriores, de Hacienda, Secretario General de la Presidencia y de Economía, Fomento y Reconstrucción.

