

INDICE

MENSAJE DEL PRESIDENTE		Página	3
ANTECEDENTES GENERALES		Página	5
DIMENSIÓN ECONÓMICA		Página	30
DIMENSIÓN SOCIAL:		Página	36
Prácticas Laborales	39		
Derechos Humanos	46		
Sociedad	52		
Producto	58		
DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL		Página	64
TABLA GRI		Página	73
CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN		Página	83



CARTA DEL PRESIDENTE

Estimados amigos,

Este es ya nuestro sexto reporte de sostenibilidad. Una vez más nos hemos reunido para contarles como se han ido desarrollando las cosas en Valle del Maipo Y como siempre les tenemos noticias buenas y otras no tan positivas.

Hemos seguido creciendo, pero para ello hemos tenido como tomar providencias importantes, especialmente duro fue tomar la decisión de no seguir incursionando en el mercado de las frutas secas o deshidratadas fraccionadas, pero debimos reconocer oportunamente que persistir en ello no era recomendable.

También nos golpearon fuertemente los eventos climáticos en 2012, lo que se tradujo en una menor cosecha de cerezas de la calidad a la que están acostumbrados nuestros recibidores, debiendo focalizarnos en los mercados que estábamos en condiciones de atender.

El precio del dólar ha seguido persistentemente bajo y el costo de los salarios ha seguido aumentando como consecuencia de la mayor fortaleza del peso y del incremento real de las remuneraciones al encontrarse Chile en condiciones prácticamente de pleno empleo, lo que disminuye la mano de obra de temporada.

Por el contrario, entre nuestras buenas nuevas está el haber culminado exitosamente el PROFO que nos asignó CORFO a través de ASOEX, haber encontrado nuevos y prometedores proveedores en la Araucanía y haber ganado dos importantes galardones: el Premio AMCHAM Buen Ciudadano Corporativo, en su mención Innovación y el premio Sofofa- Revista Capital a la empresa Pyme socialmente más responsable.

Sofofa premio de reconoció públicamente un trabajo que estamos haciendo hace varios años y que no todo el mundo entiende para que. Nosotros no nos metimos en esto para tener beneficios ni para ganar premios, sino porque nos hace sentido hacer las cosas bien, en forma correcta, seria, pensando en el otro. Ha sido reconfortante para todos los que constituimos la empresa sentir que hay otros, terceros que no tienen por qué vernos con especial cariño, que aprecian nuestro esfuerzo.

Una vez más creemos que haber tomado la decisión de participar tempranamente el proyecto "Adopción Responsabilidad Social Empresarial en Pymes" fue una buena medida: nos dio una visión de conjunto que no habríamos logrado sin ese paso extraordinario que fue revisar por dentro a cada una de nuestras empresas, con sus fortalezas y sus debilidades, en lo económico, en lo social y en lo medioambiental y eso lo hemos seguido aplicando cada vez que se nos une un nuevo proveedor, lo que nos asegura que estamos perfectamente alineados.

Este camino no lo hemos hecho solos, esta es una historia de cercanía con la gente, con todos quienes constituyen nuestro estupendo equipo de trabajo, que se esmeran día a día por construir su futuro junto con el nuestro.

Quisiéramos que dentro de muchos años Valle del Maipo siga existiendo y que todos quienes se relacionen con ella sigan pensando en nosotros con afecto, considerándonos empleadores justos y afectuosos, proveedores confiables, contribuyentes honestos, compradores responsables y participes de la comunidad en la que vivimos.

Para finalizar quisiéramos pedirles con mucha humildad que nos llamen la atención por lo que hemos hecho mal y que nos digan con toda honestidad en que podemos mejorar.

Mauricio Wolde Canto

Presidente

Valle del Maipo Chilean Fruit S.A.





Somos una empresa exportadora de fruta fresca y deshidratada, formada en 2006, bajo el concepto de un actuar socialmente responsable en lo económico, social y medioambiental, destinado a lograr una gestión sostenible en el tiempo.

En ese año, las cuatro empresas frutícolas fundadoras de Valle del Maipo - Agrícola Abufrut Ltda., Agrícola Santa Laura del Alto S.A. y Olmedo Hnos. Ltda., Agrícola Maitahue Ltda., y Agrícola La Masía S.A. - todas de carácter familiar y ubicadas en la Provincia del Maipo, Chile, se incorporaron al proyecto "Adopción de Responsabilidad Social Empresarial en Pymes", que pretendía incorporar la gestión socialmente responsable en la

estrategia de negocios de pequeñas y medianas empresas de distintos sectores productivos y de servicios: manufactureros, vitivinícolas, metalmecánicos, comerciantes y agrícolas.

Agrupadas bajo el alero de este proyecto y ante el difícil panorama económico de esos años, estas empresas que tenían sistemas de gestión de excelencia y valores fuertemente arraigados, resolvieron buscar su supervivencia uniéndose en una tarea destinada a diferenciarles en los mercados a los que tenían acceso.

Para ello, a través de un Proyecto de Fomento (PROFO) cofinanciado por Corfo y ASOEX, constituimos legalmente una empresa exportadora, a la que llamamos Valle del Maipo Chilean Fruit S.A.

Este Proyecto de Fomento tenía una duración de cinco años, 2007 – 2012, por lo que el 30 de mayo de 2012, en nuestra casona, tuvo lugar la ceremonia de cierre del PROFO.

Es por ello que aprovechamos esta instancia para agradecer a nuestros socios y asociados por la confianza que nos mostraron y el compromiso que asumieron en esta aventura de emprendimiento en un área en la que normalmente se destaca el papel que juegan grandes operadores.

Nuestra especial gratitud a CORFO por confiar en nuestro proyecto y ser parte fundamental en el financiamiento del desarrollo de nuestra empresa. Es a través de instrumentos como el PROFO, como el Estado muestra en forma su compromiso en la formación y desarrollo de medianas y pequeñas empresas. Definitivamente, sin el soporte de CORFO no podríamos haber llevado a buen fin legítimo anhelo de nuestro ser productores, embaladores ٧ exportadores.

Y a nuestro gremio, ASOEX, por creer en nuestro proyecto y darnos su incondicional y constante apoyo durante el desarrollo de éste.



Sergio Maureira Baeza Director Nacional de Fomento, Asoex

"Ser Agente Operador CORFO no solamente está relacionado con el gremio frutícola, sino que apoyamos a cualquier pyme que se acerque a nuestra labor de agente operador CORFO.

Esto tiene que ver con la política de sustentabilidad que tiene el gremio y que tiene tres pilare indivisibles entre sí: La inocuidad alimentaria; el respeto y protección del medio ambiente; y la responsabilidad Social empresarial, aspecto donde hemos situado a la persona como centro de toda nuestra preocupación.

De nuestros más de 350 socios, el 80% son pymes. Desde afuera se tiene la sensación de que tenemos solamente empresas grandes, pero la amplia mayoría son empresas pequeñas que quieren

acceder a nuevos mercados y que requieren apoyo en todo el proceso relacionado con la producción y exportación de fruta.

Nosotros no solo seleccionamos los proyectos que intermediamos, también es nuestro rol buscarlos, orientarlos y prepararlos para ser presentados a las Direcciones Regionales de CORFO respectivas.

La asociatividad es un tema de tremenda importancia dentro de nuestra labor como Agente operador. Nosotros estamos encargados de ver cómo reunir empresas que tengan un problema, una idea o una solución común, que en forma individual no podrían abordar, a quienes les ofrecemos acceso a los diversos instrumentos de CORFO, que pueden facilitar su implementación

En el sector agrícola en particular y en el frutícola en especial, llegar a los mercados no es fácil. Para cerrar negocios en buenas condiciones hay que tener cierto volumen de fruta y en algunos casos no tener sólo una especie, sino una variedad de la misma.

En ese sentido Valle del Maipo ha sido uno de los pocos PROFO que ha funcionado muy afiatadamente. Se asociaron para generar volumen, se fueron diversificando y vimos que cumplían las meta y cumplían los indicadores, por eso seguimos apoyando el proyecto en conjunto con la CORFO de la Región Metropolitana. Es un ejemplo para nosotros y para exponerlo a otros.

Hoy Valle del Maipo sigue funcionando en forma autónoma, y esa es la principal señal de éxito.

Este fin de proyecto ha sido un ejemplo digno de imitar, ya que el grupo de empresarios valorizaron la creación de la empresa y no solamente el apoyo del estado.

Si uno pudiera dar un consejo, este sería nunca pensar que todo está solucionado, hay que seguir abriendo mercados y estar preparados para los cambios rápidos que esta industria posee, por lo que hay que apuntar hacia tener mejor productividad e invertir en nuevas variedades.

Es el caso de Valle del Maipo: se transformaron en empresarios y dejaron de ser solamente productores".

Esta ceremonia fue el hito que marcó el término de un ciclo y el inicio de otro. Cuando partimos contábamos sólo con la producción de nuestros 4 socios, ahora tenemos la participación de 6 productores en la Región Metropolitana, 6 en la VII Región, 11 Productores en la Región de los Ríos y 6 en la octava región, en la zona de San Carlos

Es así como debemos destacar que a fines de 2011 y principios de 2012 se incorporaron dos nuevos socios, los que han estado ligados directamente a nuestra gestión desde la formación de la empresa:

Por un lado Karella Miranda EIRL, y por otro, Inversiones Rodloz Ltda., cuyos socios María Lozano R. y Sergio Rodríguez V. se han desarrollado principalmente en torno a la fruticultura, con la producción de manzanas de la zona de Los Niches en las cercanías de Curicó y de peras de la zona de Huelquén, así como en las áreas de post cosecha y comercialización de frutas.

El mayor aprendizaje que queda de esta etapa son los beneficios de la asociatividad: ésta es un camino válido para mejorar los resultados de medianos pequeños V productores, pero para ello requiere de fuerte un compromiso de los socios y de la capacidad de éstos de privilegiar el bien común por los sobre intereses individuales.

Alianzas para seguir creciendo

Queremos seguir alargando la temporada, que es el corazón de nuestro negocio. Para ello, territorialmente, necesitamos seguir avanzando hacia el sur a través de alianzas con nuevos productores.

En ese contexto, con el apoyo de Indap y la comunidad Mapuche de Tralcao, en 2011 postulamos a una Alianza Estratégica, para desarrollar técnica y comercialmente la producción de cerezas de estos comuneros (Ver página X).



Ceremonia de cierre del PROFO: Pedro Olmedo, Raúl Aldunate, Sergio Maureira, Aldo Anselmo, Mauricio Wolde, Faisal Abu-Abuad, Carol Ecobedo, Ernesto Olmedo

Nuevo enfoque del reporte

Con el objeto de dar a conocer a nuestras partes interesadas prioritarias, especialmente socios, trabajadores, recibidores y autoridades, es que desde 2006 hemos publicado anualmente un Reporte de Sostenibilidad de acuerdo a la metodología G3 de Global Reporting Initiative (GRI), de manera agregada, dando cuenta tanto de nuestro desempeño como del de las empresas socias fundadoras.

No obstante, debido al crecimiento experimentado en el número de socios y el haber llegado a contar con 29 empresas proveedoras de frutas, es que en esta ocasión hemos cambiado el enfoque orientando nuestro sexto Reporte de Sostenibilidad, correspondiente a la gestión del año 2011 y 2012 a la información proveniente de Valle del Maipo Chilean Fruits S.A., que permite una completa trazabilidad de la exportadora, tanto en lo económico como en lo social y lo medioambiental.





Valle del Maipo: más que frutas



Aldo Anselmo.

Gerente General Valle del Maipo

Entrevista Revista Capital *

16 Agosto 2012

Por María José Salas; foto Verónica Ortiz.

Desde que dieron el vamos a la empresa en 2007, el objetivo de Valle del Maipo Chilean Fruit S.A ha sido desmarcarse del modelo de negocios que prima en las grandes exportadoras. Su foco está en conocer a todos los involucrados, desde el trabajador que cosecha durante los meses de calor, hasta el europeo que compra la fruta a miles de kilómetros. Una fórmula que ha dado sus "frutos".

Las reuniones del directorio de Valle del Maipo son en una casona de campo, que bien podría ser patrimonio nacional. Con un corredor lleno de sillas de mimbre de todos tipos, el escenario es perfecto para hablar de cosechas de fruta.

Ubicados en Buin desde el 2007 esta empresa está constituida por seis familias que cuentan con más de veinte años de historia en el mundo agrario: Los Abu-Awad, dueños de Agrícola AbuFrut; los González, de Agrícola La Masía, la familia Wolde, dueños de Agrícola Maitahue; Agrícola Santa Laura del Alto, de los Olmedo; Agrícola Rodloz, de los Rodríguez Véliz, y Gabriela Miranda EIRL.

Todas ellas fueron galardonadas este año por Sofofa y Capital como la mejor pyme en sus prácticas de responsabilidad social empresarial.

Mientras camina por el amplio patio del caserón, Aldo Anselmo gerente general de Valle del Maipo, cuenta que se trata de un negocio cíclico en cuanto a mano de obra. Si desde fines de octubre hasta enero operan con alrededor de 250 a 300 trabajadores, de enero a abril éstos bajan a 60 y en pleno invierno son sólo cinco. "Hoy ya se vendió la fruta al destino y estamos recogiendo la información de los recibidores, luego de eso hay que procesar todo para liquidar a los productores. Para eso, sólo somos cinco personas", explica.

Presentes con fruta fresca o deshidratada en Italia, España, Alemania, Brasil, China, algunas partes de Moscú, Argelia y Estados Unidos, donde hay dos recibidores que cubren todas las costas del país del norte, esta empresa partió como todo emprendimiento... de a poco y golpeando muchas puertas.

Pero aunque fue difícil, desde el primer año los números sólo muestran crecimiento. El 2007 produjeron dos mil cajas, a un precio estimado de 30 dólares cada una, logrando un total de 60 mil dólares en ventas anuales, suma que creció fuertemente este año, donde hicieron 80 mil cajas, logrando una venta de 3 millones de dólares.

Y aunque los europeos son la mayoría de sus compradores, el crecimiento de Valle del Maipo no se ha visto afectado por la crisis. Sin duda que el viejo continente ha dejado de ser un cliente protagonista, "pero se produce algo extraño, porque con el crecimiento de China todo se equilibra. Los costos de exportación son relativamente similares entre ambos, pero la diferencia está en que el precio que puedes obtener por la misma fruta en China es mucho mayor. Europa es post guerra, si la cereza es muy cara dejan de comer cereza, no se complican, los americanos son más de consumo, tienen que tener los que les gusta no importa lo que valga", asegura Aldo.

En el mundo agrícola casi el 60% de los costos son mano de obra. La mayoría contratistas y según explica Aldo, "pasa mucho que los dueños o administradores de los campos no logran crear vínculos con los trabajadores, porque éstos rotan constantemente. Es ésa falta de vínculo la que va generando un círculo vicioso, porque no se crean trabajadores calificados ni comprometidos; sino que gente que va a ganar el sueldo y cumplir su horario, si lo hace bien o no, la verdad es que nadie lo califica".

Para luchar contra ese problema es que implementar políticas de RSE a Valle del Maipo le hizo sentido. Desde sus inicios han querido generar un ambiente de trabajo donde todos se sientan parte de un proyecto. "Necesitas que la persona que trabaja contigo seis meses del año vuelva el próximo. Porque cuando tienes a 250 personas requieres que al menos 100 sean las mismas. Para lograr eso hay dos alternativas, una es plata y nosotros no somos ni los mejores pagadores, ni los peores; por lo que conseguir a la gente así, no era nuestra vía... el otro camino se

relaciona con RSE, ¿en qué sentido? Calidad de vida laboral, buenos comedores, buenos baños, que la gente se sienta cómoda trabajando, que haya un respeto a sus horarios, un respeto a la legislación vigente, que se le paguen sus imposiciones, que si quiere hablar con el gerente, toque la puerta y lo pueda hacer. La idea es que sean trabajadores que conocen tu historia y tú la de ellos", afirma Aldo.

Las proyecciones

De a poco en Chile se ha tomado conciencia de lo que significan las pymes en la generación de empleo y de recursos. Los últimos años se han entregado señales desde el gobierno para dar a entender que el segmento de las pequeñas empresas tiene un peso importante en la economía del país. "Sin embargo, las pymes siguen siendo muy cuestionadas o analizadas por la banca privada y siempre vamos a ser sujeto de créditos riesgosos, por lo que las tasas de interés siempre son más altas que para

las grandes empresas. Pero bueno, creo que es parte con lo que tienes que luchar", asegura el gerente de Valle del Maipo.

Dentro de ese marco, Aldo es enfático al afirmar que "no te puedes perder ni marear en este negocio". Por eso, sus proyecciones son grandes pero con los pies en la tierra. "Queremos llegar a ser una empresa de 300 mil cajas al año de aquí al 2017, con una venta cercana a los 10 millones de dólares", afirma. Con esta meta en mente es que quieren ir incorporando de a poco un concepto distinto de exportación de fruta y así lo explican. "Las grandes exportadoras en Chile tienen una industria que liquida al productor desde el puerto de Valparaíso hasta acá... por lo que crean a un productor ciego, que no sabe lo que le gusta comer al ruso, no sabe si a los chinos les gustan las cerezas rojas, claras, oscuras, grandes o chicas y eso a la industria tradicional le calza muy bien. ¿Qué hacemos nosotros? Aquí todos participamos en la cadena y el productor tiene que saber para quién va su fruta,

cuáles son los gustos de ese consumidor, cuáles son las exigencias de ese mercado. A eso invitamos a los productores y hasta ahora varios nos han escuchado", cuenta Anselmo.

Misión y visión más que clara. Lograr que sus trabajadores entiendan de mejor forma lo que la empresa está buscando, para que Valle del Maipo tenga mejores resultados. Que todos los eslabones de la exportadora estén conscientes de que si una pieza falla, todos fallan, es lo que hace que los temporeros vuelvan cada año a trabajar a sus faenas".

*Agradecemos a la Revista Capital su autorización para reproducir en forma íntegra esta entrevista publicada con motivo de la premiación "SOFOFA RESPONSABILIDAD SOCIAL 2012, categoría Pyme".



SOCIOS FUNDADORES

Nuestra historia es corta, pero en ella se recoge la larga y nutrida experiencia de nuestros fundadores:

















PROCESO DE INCLUSIÓN

Para desarrollar adecuadamente nuestras actividades como exportadores de frutas hemos dado una alta prioridad al análisis de quienes son nuestras partes interesadas prioritarias y que espera de nosotros cada una de ellas.

En 2010, hicimos algunos cambios en nuestras prioridades que mantenemos hasta hoy. Fue así como consideramos nuestra principal parte interesada a nuestros trabajadores – tanto de Valle del Maipo como de las empresas socias, de planta y temporeros – ya que son los pilares claves para lograr los objetivos estratégicos y operacionales.

Luego están nuestros socios-productores, quienes se unieron para formarla y que han puesto los recursos económicos y profesionales necesarios para concretar este proyecto con el objetivo de ofrecer una amplia gama de productos y servicios de óptima calidad, satisfaciendo las exigencias de sofisticados mercados

extranjeros y nacionales, logrando un incremento en las utilidades.

A continuación se encuentran nuestros clientes, tanto nacionales como internacionales.

En el caso de los clientes en el extranjero, debemos satisfacer sus necesidades y exigencias a través de la inocuidad de nuestros productos y el cumplimiento de las normas especiales de calidad y trazabilidad establecidas por cada uno de ellos, a lo que se agrega contar con buenos precios y oportunidad en la entrega.

Los clientes nacionales, esto es los 29 proveedores/productores cuyos predios están ubicados desde la Región Metropolitana hasta la Región de los Ríos y que exportan su fruta a través nuestro, esperan que cumplamos con rigurosidad las normas de exportación, que tengamos una óptima comunicación para saber exactamente la trazabilidad de sus productos desde que salen de sus predios hasta que llegan al recibidor, y

que su producción les sea pagada a la mayor brevedad y en las mejores condiciones.

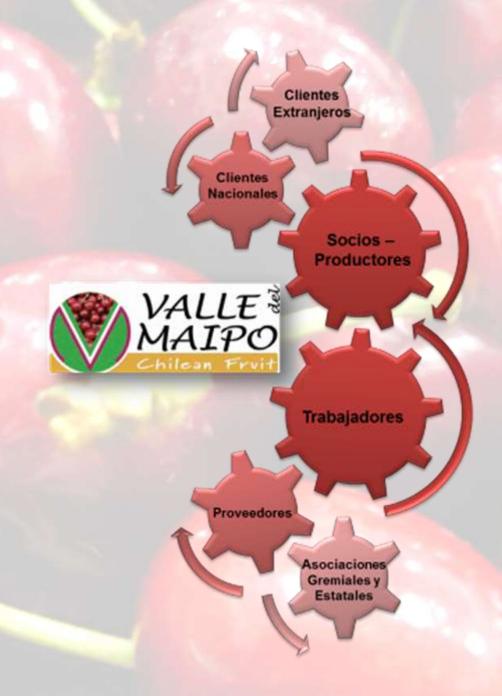
Las asociaciones gremiales y las entidades estatales, particularmente ASOEX y CORFO, son otra parte interesada prioritaria para Valle del Maipo puesto que sin su apoyo no habría sido posible plasmar en lo que somos hoy, lo que en 2005 parecía una utopía.

Su apoyo nos permitió participar en giras comerciales y exposiciones internacionales, que han incidido directamente en nuestro desarrollo como empresa. Nos ayudaron a conocer nuevos mercados a los que nos parecía imposible acceder y nos ofrecieron su conocimiento para facilitarnos el ingreso a ellos.

Por su parte con nuestros proveedores, esto es quienes nos venden los materiales que están presentes en todo el ciclo del negocio exportdor, hemos logrado una relación que va más allá de lo meramente mercantil.

Con ellos hemos descubierto como utilizar sus productos en forma más económica, racional y segura, y hemos avanzado en el desarrollo de soluciones eficientes de embalaje, por señalar algunos de los aspectos notables de esta excelente relación, en la que ambas partes hemos suscrito un acuerdo tácito de cumplir nuestros compromisos no sólo en las condiciones y los plazos previstos, sino que apoyándonos para seguir creciendo.

Finalmente, y no por ello menos importantes, las *organizaciones gubernamentales*, tanto legislativas como ejecutivas, revisten especial importancia ya que establecen los marcos legales y administrativos que inciden directamente en nuestro quehacer y en el de nuestras empresas.



RETROALIMENTACIÓN Y PROCESO DE MATERIALIDAD

El año 2010, Valle del Maipo realizó un proceso formal de retroalimentación, cuyo objeto era saber si efectivamente nuestro pensamiento correspondía a las inquietudes de nuestras partes interesadas.

Este proceso estuvo a cargo de nuestros asesores externos, Octopus Consultores, quienes realizaron un proceso de retroalimentación acotado, mediante entrevistas semi estructuradas a autoridades, proveedores y trabajadores.

En términos generales la percepción sobre los alcances de la responsabilidad social fue coincidente con los estudios realizados por terceros y que se han continuado presentando en los realizados en 2011 y 2012. Esto es que para todos los públicos la principal preocupación de la empresa debe ser por la calidad de vida de sus trabajadores y la menos importante las acciones filantrópicas o caritativas.



En cuanto al reporte de Valle del Maipo la percepción más crítica correspondió a las autoridades y la más benevolente a los trabajadores, seguidos muy de cerca por los proveedores.

Los atributos con mejor percepción de todos los sectores consultados fueron: ordenado, interesante y satisface las expectativas.

Percepción reporte sostenibilidad Valle del Maipo 2009



Basados en esa consulta, el equipo de la empresa revisó junto a los consultores externos los indicadores informados en las cinco versiones anteriores, determinando cuáles de ellos presentaban mayor relevancia para nuestras partes interesadas, ahora con enfoque en la gestión de la exportadora.

En ese sentido en el ámbito económico se informaron 5 de los nueve indicadores, y se dio mayor relevancia a los indicadores EC1, que informa el valor económico directo generado y distribuido, incluyendo costos explotación, ingresos, de retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad. beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos y EC2, que aborda las consecuencias financieras ٧ otros riesgos oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.

Por su parte, de los 30 indicadores medioambientales, se abordaron 18 y se dio mayor relevancia a los EN1 referente a los materiales utilizados, EN3, que informa

el consumo energético desglosado, y EN29, que explica los impactos ambientales significativos del transporte de productos.

Dentro de la dimensión social, se contestaron 26 de los 40 indicadores, dando mayor énfasis en Prácticas Laborales a los indicadores LA1 referente al desglose de trabajadores, LA3, que aborda los beneficios sociales para los empleados y el La10, que informa el promedio de horas de formación al año por trabajador.

En Derechos Humanos a los indicadores HR6 que informa las actividades indentificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación, y HR7 referente a operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.

En Sociedad a los indicadores SO1, que aborda la naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo la entrada, operación y salida de la empresa.

Y en Producto a los indicadores PR1, que hace relación a las fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y la seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.

MISIÓN

"Somos un conglomerado de empresas familiares dedicadas al cultivo y proceso de frutas para el mercado nacional e internacional, bajo excelentes estándares de calidad.

Nos caracterizamos por identificar los requerimientos de nuestros clientes, a fin de lograr su confianza, lealtad y fidelidad.

Un medio ambiente acogedor junto a un clima laboral estimulante, son regidos por los principios éticos que Valle del Maipo Chilean Fruit S.A. entrega a sus trabajadores, proveedores y clientes."

VISIÓN

"Valle del Maipo busca ser reconocida por su capacidad innovadora en la exportación de frutas frescas y deshidratadas, que pone énfasis en la certificación de sus productos y su personal. Nuestros objetivos siguen siendo los mismos, debido a que el entorno de la empresa no ha cambiado, pero seguimos realizando mejoras continuamente para ir cumpliendo con cada uno de ellos."

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Mejorar políticas globales y sistemas de gestión del área de responsabilidad social empresarial;
- Implementar un sistema formal de evaluación para enfrentar nuevos desafíos, crear compromisos y vínculos con la empresa;
- Establecer una gestión participativa, involucrando a los trabajadores en el quehacer de la empresa;
- Aumentar los programas de aseguramiento de calidad y certificaciones;
- Perfeccionar la infraestructura e implementar tecnología para la producción de frutas en la más alta calidad;
- Consolidar alianzas estratégicas con empresas del rubro y mejorar nuestras tácticas comerciales para las ventas directas en el extranjero.

CÓDIGO DE CONDUCTA

En Valle del Maipo estamos comprometidos, al igual que nuestros socios fundadores, en desarrollar nuestro negocio de una manera socialmente responsable, esto es tomando las medidas necesarias para evitar la ocurrencia de los impactos negativos como consecuencia de nuestras actividades y minimizar aquellas que pudiesen presentarse por alguna situación ajena a nuestra voluntad.

Cabe decir que este Código de Conducta, es un acuerdo tácito con nuestras partes interesadas prioritarias que abarca, entre otros temas, la obligación de cumplir los requisitos legales y la normativa aplicable a nuestras actividades y la necesidad de contribuir a la lucha contra la corrupción, evitando tanto cobros como pagos ilícitos para obtener ventajas personales o corporativas.

GOBIERNO CORPORATIVO

Valle del Maipo Chilean Fruit S.A. es una sociedad anónima cerrada, compuesta por seis empresas que detentan la calidad de socios activos, cada una de las cuales posee el 16.6% de las acciones.

El Directorio, integrado por dos representantes de cada una de las empresas socias, se reúne una vez al mes, ocasión en que intercambian información y toman las decisiones pertinentes a la exportadora.

Directores

Los directores de la exportadora son los siguientes:

Legalmente, el Directorio está constituido por un representante de cada una de las empresas, que conforman Valle del Maipo S.A. con el 16,6% de la propiedad accionaria.

Sus funciones están establecidas en el acta suscrita ante Notario Público con fecha cinco de enero de 2007. Entre sus facultades está la de designar presidente del directorio, representante legal de la empresa y gerente general de la misma. Las sesiones de Directorio se verifican cada cuatro meses, el primer viernes hábil del mes que corresponda.

Directorio Valle del Maipo Chilean Fruit.			
Agrícola Santa Laura y Olmedo Hermanos	Pedro Olmedo Oyarzo, Gerente General		
Agrícola La Masía	Juan Andrés González Tugas, Gerente General		
Agrícola Abufrut Abu-Awad Hadweh. , Gerente General			
Agrícola Maitahue Mauricio Wolde Canto, Gerente General			
Inversiones Rodloz Ltda	Sergio Rodríguez V, Gerente General		
Karella Miranda EIRL	Karella Miranda, Gerente General.		

COMITÉS

La estructura operativa de Valle del Maipo, desde sus inicios, se basa en el trabajo de cada uno de los socios, conformando tres comités: Fruta Fresca; Frutos Secos y Deshidratados; y Administración y Finanzas, los cuales funcionan en forma independiente y van informando al resto de los socios en las reuniones ordinarias semanales sobre los avances que se presentan en los diferentes ámbitos de acción.

Comité de Administración y Finanzas

Finalmente, el Comité de Administración y Finanzas, integrado por Mauricio Wolde Canto y José Ernesto Olmedo Oyarzo, tiene por objeto revisar y supervisar el movimiento de ingresos y egresos de Valle del Maipo, así como los aspectos administrativos relacionados con la contratación y finiquito de trabajadores y todos los asuntos que requieran inversiones económicas

Comité de Frutos Secos y deshidratados

Integrado por Pedro Olmedo Oyarzo y Marcelo Wolde Anríquez, el Comité de Frutos Secos y Deshidratados tiene por finalidad generar nuevos negocios en nichos de mercado que requieran productos de mayor valor agregado.

Comité de Fruta Fresca

Integrado por Aldo Anselmo Montequin y Marcelo Wolde Anríquez, el Comité de Fruta Fresca tiene por objetivo generar nuevos negocios para la exportadora contactándose con recibidores extranjeros que han sido detectados en las giras empresariales, y afianzando las relaciones comerciales con los recibidores que ya existen.

GIRAS Y VISITAS AL EXTRANJERO

2011:



HOFEX Hong Kong es la mayor feria bienal internacional profesional panasiática de Hong Kong, en la que participan alimentos, bebidas. equipamiento, Insumos y Servicios para Hoteles, Restaurantes y Foodservice

WORLD FOOD MOSCOW exposición y conferencia más importante de Rusia para la industria de alimentos y bebidas. Esta feria anual que se realiza desde 1992, es utilizada por los productores y distribuidores locales y extranjeros como una herramienta para introducir sus marcas en el mercado ruso. Este evento recibe una gran cantidad de productores, abarcando los rubros de frutas frescas. frutos secos deshidratados, carnes, lácteos, fruta y verduras congeladas como también pulpas y concentrados además de productos del mar. Esta exhibición es una excelente vitrina para alimentos Chilenos de alta calidad con más de 140 millones de consumidores potenciales.





Global Andes Company

Reunión con ejecutivos de Global Andes Company, el principal recibidor de Valle del Maipo Chilean Fruit S.A., en Hong-Kong, China.

2011-2012:

ASIA FRUIT LOGISTICA: es la feria más importante de Asia para la fruta fresca y los negocios internacionales vegetal. Se lleva a cabo en conjunto con el Congreso Asiafruit y combina la experiencia de Fruit Logistica, principal feria de productos frescos del mundo, con la parte de eventos y la conferencia internacional de Asia.

Se centra principalmente en la fruta fresca y vegetales de negocios que cubre la totalidad.

Valle del Maipo participa en esta feria desde 2010.

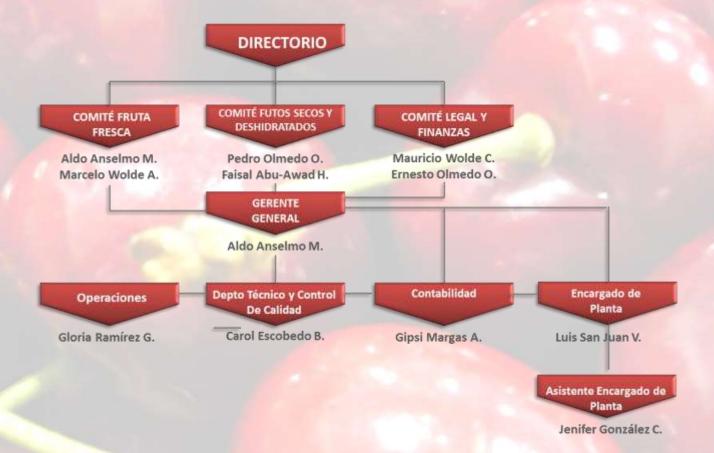


ESTRUCTURA OPERATIVA

A contar de enero de 2010, la estructura operativa de Valle del Maipo es la siguiente:

En 2011, en Valle del Maipo aumentamos de cinco a siete trabajadores permanentes, los que encabezados por el Gerente General Aldo Anselmo Montequín, están encargados del área administrativa y operativa.

En 2012, se mantiene el número de trabajadores de Valle del Maipo



DESCRIPCIÓN DE CARGOS

En 2010 comenzamos el proceso de descripción de cargos, así como las funciones y requisitos necesarios para servir los mismos, el que fue afinado en 2011, y entró en pleno funcionamiento durante 2012.

Este proceso, junto con ayudarnos a ordenar nuestra estructura, nos sirvió para cumplir el nuevo ordenamiento legal vigente en el país.

Gerente General

El Gerente General es el Profesional a cargo del desarrollo administrativo, financiero y comercial de la empresa.

Entre sus funciones está informar al Directorio lo relativo a relaciones comerciales y ventas, elaborar y proponer al Directorio el presupuesto anual de la empresa, las contrataciones, modificaciones de planta y despidos, y la adquisición o contratación de maquinaria, herramientas, insumos, equipos y otros

que sean necesarios para la buena marcha de la empresa.

Asimismo, establece las relaciones nacionales e internacionales y mantiene relaciones empáticas con la comunidad aledaña y con las autoridades públicas y privadas. También le compete supervisar la gestión de los departamentos de Operaciones, Control de Calidad y Contabilidad.

Los requisitos para ser designado Gerente General de Valle del Maipo es contar con un título universitario y conocimientos avanzados comprobables en agro negocios; poseer un nivel avanzado de inglés, poseer un amplio manejo de personal, conocimiento de las leyes sociales vigentes en el país y dominio a nivel usuario de Office.

Departamento de Contabilidad

El departamento de Contabilidad está conformado por dos profesionales: el Contador y la Secretaria Contable.

El Contador debe dirigir y ejecutar la contabilidad de la empresa de tal forma que el Directorio y el gerente General cuenten en forma oportuna con información veraz y cuantificable.

A él compete diseñar y ejecutar el plan anual contable, elaborar el balance anual y los estados financieros, así como lleva las relaciones con el Servicio de Impuestos Internos (SII), pagar las remuneraciones y las leyes sociales: Impuestos, AFP, Isapres o FONASA, Mutual de Seguridad y Caja de compensación, así como emitir los pagos de las órdenes de compra gestionadas por las distintas áreas de la empresa.

La Secretaria Contable asiste en sus labores al contador, lleva al día los documentos contables, verifica los correlativos de las facturas tanto pagadas como vencida y la nómina de pagos.

Departamento de Operaciones



El departamento de Operaciones está conformado por el Coordinador de Operaciones y los asistentes temporales de operaciones.

El Coordinador de Operaciones, está a cargo de los embarques aéreos y marítimos; revisa la emisión de documentos de embarque, de exportación y de aduanas, así como organiza el transporte terrestre de acuerdo a la producción de la planta.

Asimismo, mantiene la comunicación con los clientes, participa en reuniones con proveedores de servicios de transporte; supervisa a los Asistentes Temporales de Operación y emite el cuadro de cobro de servicios a las empresas y productores.

Los asistentes temporales de operaciones tienen a su cargo ordenar los documentos de exportación, ayudar a elaborar los cuadros de costos de servicios y asistir al área de producción.

Área Técnica y Control de Calidad

Esta es la única área que cuenta con dos departamentos: el técnico y el de control de calidad.

El departamento técnico es dirigido por un Coordinador cuyas funciones incluyen revisar en terreno la producción de la fruta, coordinar las cosechas, el transporte entre los productores y la planta; supervisar los programas fitosanitarios de los productores de acuerdo a las normativas internacionales; y supervisar el cumplimiento de las certificaciones de los productores que exportan a través de Valle del Maipo.

El departamento cuenta con un asistente técnico cuyas funciones son: coordinar las cosechas zonales, el transporte entre los productores zonales y la planta y revisar en terreno la producción de la fruta, así como ejecutar los programas fitosanitarios y controlar el cumplimiento de certificaciones de los productores zonales de acuerdo a las normativas internacionales.



Por su parte el Coordinador del Departamento de Control de Calidad tiene entre otras funciones generar las órdenes de pedido para el proceso; emitir órdenes de compra y de abastecimiento de materiales para el proceso de envasado y exportación; supervisar los controles de calidad; verificar los procesos de pre frío, frío y despacho, que la fruta cumpla con los requisitos del exportador y del recibidor y mantener una comunicación fluida y permanente con el Servicio Agrícola y Ganadero (SAG).

De acuerdo a las necesidades del proceso, este Coordinador puede contar con asistentes temporales de Control de Calidad, cuyas funciones son revisar el cumplimiento de los requisitos de calidad de la fruta a ser exportada, elaborar planillas de Control de la fruta revisada, y verificar tanto la temperatura del proceso de pre frío y frío; y verificar que los productos químicos - cloro y calcio - utilizados en el proceso estén siendo aplicados correctamente.

PRODUCTOS Y SERVICIOS

Como Valle del Maipo, nuestro principal negocio es prestar servicios que facilitan la exportación de la fruta fresca, esencialmente la que proviene de nuestros productores.

En términos generales el cliente le encarga a Valle del Maipo realizar el proceso de embalaje, frío y despacho de sus frutas.

El proceso se inicia con la recepción de la fruta a granel, esto va a una cámara de mantención para su reposo y luego ingresarla al packing. En éste se selecciona la fruta y mediante su paso por la máquina electrónica se establece su calibre por tamaño y color, o dependiendo de la fruta, su selección manual.

Con la fruta ya seleccionada, se procede a envasarla de acuerdo a los requerimientos del cliente, a etiquetarla en el idioma y con las características nutricionales y de otro tipo que exija el país a donde van a ser despachadas y luego se llevan a palletizado, para proceder a su transporte en camiones frigoríficos hasta el puerto o aeropuerto desde el que serán exportadas.

También corresponde a Valle del Maipo realizar todos los trámites necesarios para la exportación como son la autorización sanitaria del Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), el certificado de origen que emite la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA), las guías de despacho que permiten al Servicio de Impuestos Internos (SII) garantizar el pago de los respectivos tributos y otros documentos tales como el Packing List que requiere el Servicio Nacional de Aduanas.

MERCADOS

Nuestro principal mercado de destino en 2012 fue la Unión Europea, seguida por Asia y después Estados Unidos.

Mientras que en 2011, fue el mercado asiático el principal destinatario de nuestras exportaciones. Más detalle de esta información en la página 32 de este documento.

VENTAS

En 2011, esto es nuestra sexta temporada, exportamos 94.952 cajas, equivalentes a 543,9toneladas de fruta, principalmente cerezas y peras. No se exportaron ciruelas deshidratadas, uvas ni peras cosia.

En tanto que en 2012, nuestra séptima temporada, exportamos sólo 50.198 cajas, de las mismas especies, equivalentes a 371,5 toneladas. Esta baja sustancial se debe principalmente a la diminución de la producción de cerezas.



Jessie Chan Gerente Comercial, Global Andes Company. Recibidor en China.

"Desde 2008, es decir ya hace cinco años que estamos importando fruta procedente de Chile, a través de Valle del Maipo.

Las exigencias de nuestro mercado para toda la fruta importada, no sólo la chilena, es que cumplan los con parámetros de calidad y las buenas condiciones de la fruta, es decir, valoramos la firmeza y frescura al llegar, que mantengan su pedicelo verde, que tenga el nivel adecuado de Brix o de azúcar, que tengan buen color, de preferencia el más oscuro para las cerezas, y que no exista señal alguna de pudrición del producto.

En nuestras visitas a Chile, hemos estado en los campos y en el packing de Valle del Maipo, en los que pudimos apreciar estándares de gestión muy altos en toda la operación. Con su buen control de calidad tanto del proceso de cosecha como de empaque, en Hong Kong y China recibimos la fruta en esplendidas condiciones, acordes a nuestro mercado...

Nosotros importamos fruta de varios países incluyendo Estados Unidos, Perú, Sudáfrica, Australia y Argentina. Lo mejor que tiene Valle del Maipo es que todos los ejecutivos con los que hemos trabajado incluyendo a Aldo Anselmo, Marcelo Wolde y Sergio Rodríguez – han sido muy profesionales en su accionar y cuentan con larga experiencia en el negocio de la fruta.

Esto sustancial para nosotros, ya que para la cultura China es importante hacer negocios con gente que maneja la cadena de producción completa que puede mantener una calidad estable.

Con su actitud positiva y rigurosa en la producción, a lo que se suma que Aldo Anselmo este realizando visitas a Hong Kong y China dos veces al año para conocer mejor el mercado y sus variaciones, hemos logrado mantener muy buenas comunicaciones, al punto que sentimos que tenemos una compañía hermana en Chile, la que nos está enviando fruta de muy alta calidad colaborando con nuestro objetivo como negocio".

CERTIFICACIONES, PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

"SOFOFA RESPONSABILIDAD SOCIAL 2012"



El martes 14 de agosto de 2012.- el Premio "SOFOFA RESPONSABILIDAD SOCIAL 2012, versión Pyme" recayó en Valle del Maipo Chilean Fruit S.A.

El galardón, entregado anualmente por el gremio empresarial, en alianza con Revista Capital, reconoce a las empresas que demuestran un compromiso integral y permanente con la responsabilidad social, una sólida trayectoria empresarial, cumplimiento de sus responsabilidades legales y buenas relaciones laborales.

La ceremonia de premiación, se realizó en el Salón Auditorio del Gremio y fue encabezada por el presidente de la Sociedad de Fomento Fabril, Andrés Concha Rodríguez y el Director de la Revista Capital Roberto Sapag Quiroz,

En la ocasión, el presidente de la Federación Gremial señaló que "en un mundo donde se suelen destacar las cosas negativas, es bueno resaltar aquellas prácticas positivas en el ámbito empresarial. Es por esto que SOFOFA y Revista Capital distinguirán a tres empresas por sus buenas prácticas en materia de Responsabilidad Social, lo que incluye la excelencia en la gestión, el cuidado del medio ambiente, y el compromiso con el desarrollo de las comunidades y de los trabajadores. Por esto, en la categoría 'Grandes Empresas' se reconocerá el trabajo de Transelec y Sodimac, mientras que en la categoría 'PYMES' la escogida fue Valle del Maipo Chilean Fruits".

Andrés Concha destacó que el jurado consideró dentro de los factores

aportados por la empresa su compromiso con los valores de la responsabilidad social los que se plasman en su reporte anual de sostenibilidad que presenta los resultados del negocio, su relación con los trabajadores y comunidades.



Reciben el reconocimiento José Ernesto Olmedo y Aldo Anselmo, quienes están acompañados por Roberto Sapag, Pedro Olmedo, Andrés Concha, Carol Escobedo y Marcelo Wolde.



Premio y galardón recibido "SOFOFA RESPONSABILIDAD SOCIAL 2012",

 AMCHAM: Buen Ciudadano Empresarial, mención Innovación.



de vida y las oportunidades de una población y sus grupos más vulnerables, de modo que éstos sean conocidos y ojalá replicados por otras empresa.

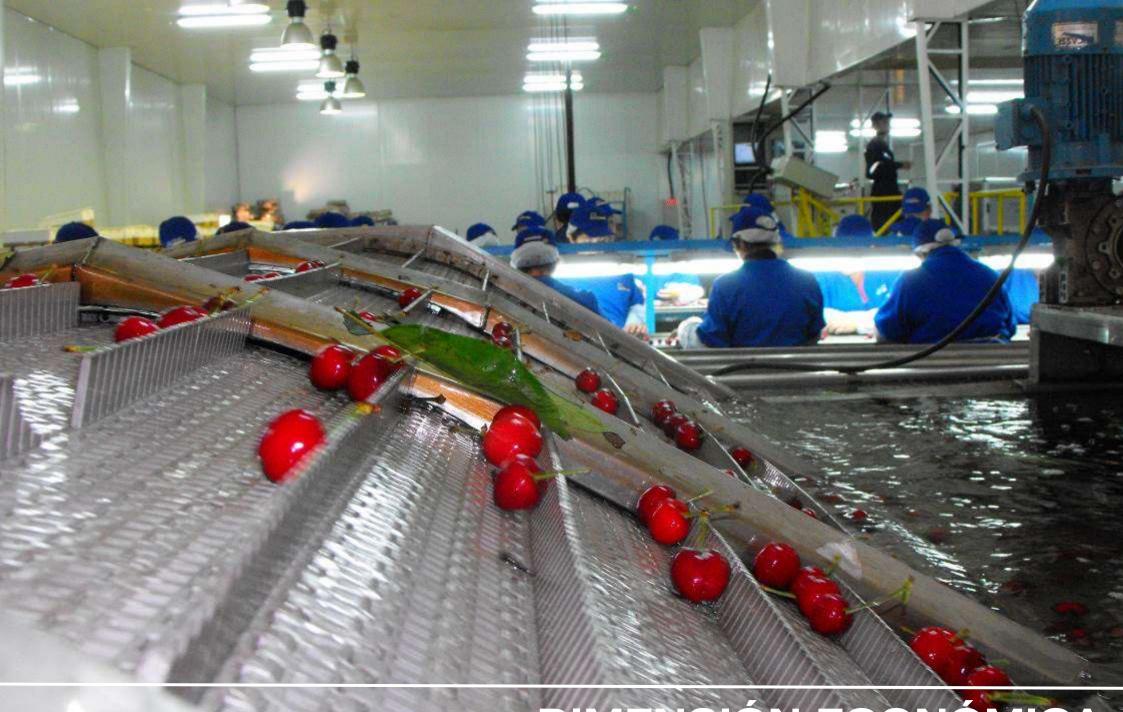
locales, que apunten a mejorar la calidad

El miércoles 17 de octubre de 2012 Valle del Maipo Chilean Fruit S.A. fue galardonada por su programa Alianza Productiva Comunidad Mapuche de la Región de Los Ríos con el premio AmCham al Buen Ciudadano Empresarial, mención Innovación.

Esta distinción, que ya va en su décima versión y que es entregada por la Cámara Chileno- Norteamericana de Comercio, AmCham, es para reconocer programas empresariales de inversión social o socioambiental orientados a promover la sustentabilidad de las comunidades



Premio Buen Ciudadano Empresarial 2012, mención Innovación. AMCHAM.



DIMENSIÓN ECONÓMICA

En este capítulo, damos a conocer los aspectos económicos – financieros propios de la exportadora. Como señal de transparencia, en algunos acápites hemos desglosado los resultados de las empresas que constituyen Valle del Maipo.

VENTAS NETAS

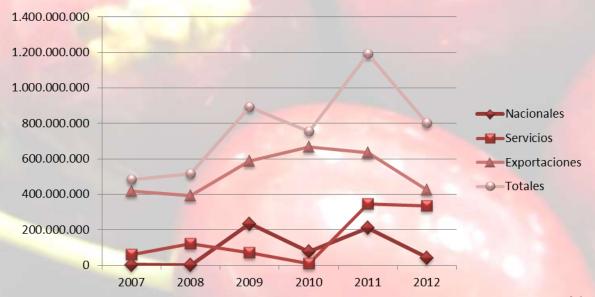
El año 2011 se alcanzaron ventas totales históricas, las que ascendieron a \$1.189.908.780, lo que se debió al aumento en las ventas nacionales y a los servicios prestados por Valle del Maipo.

En tanto que el resultado 2012 sin ser malo no fue tan espectacular como 2011. Es así como las ventas totales de Valle del Maipo Chilean Fruit S.A. alcanzaron \$800.494.848, baja que se debe principalmente al descenso de la producción de cerezas por razones climáticas.

A pesar de lo anterior, en la siguiente tabla se refleja el crecimiento que ha tenido nuestra empresa desde 2007 a 2012, cifra esta última que debería crecer en 2013.

Ventas Valle del Maipo	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Nacionales	2.472.892	1.225.971	234.118.341	76.464.474	210.600.135	43.019.894
Servicios	59.761.754	121.197.044	69.785.803	10.366,578	344.987.774	333.198.108
Exportaciones	419.258.861	393.837.694	588.972.411	668.484.070	634.320.871	424.276.846
TOTAL	481.493.507	516.260.709	892.876.555	755.315.122	1.189.908.780	800.494.848

Ventas Netas en M\$



DESGLOSE DE MERCADOS

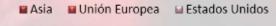
En Valle del Maipo hemos tenido cambios profundos en términos de ampliación, profundización y focalización de mercados.

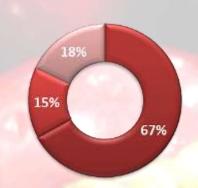
Es así como en 2011 y 2012 por una parte dejamos de hacer deshidratados y por la otra la disminución de los precios nos llevó a dejar de servir a recibidores de Latinoamérica y África, concentrándonos en Estados Unidos, la Unión Europea y Asia.

Es así como desde 2008 en que el 51% se enviaba a la Unión Europea, un 40% a Estados Unidos, un 6% a Asia y un 3% a Latinoamérica, en 2011 Asia subió al 67%, Estados Unidos bajó al 18% y la Unión Europea al 15%, desapareciendo el resto de los mercados.

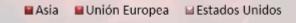
En 2012, debido al aumento del volumen de peras exportadas y a la disminución del volumen de cerezas producido y exportado, la Unión Europea crece una vez más aumentando a un 55%, el mercado asiático baja a un 37% y Estados Unidos quedó con un 8%.

Mercados de destino 2011





Mercados de destino 2012





Especies exportadas por Valle del Maipo en 2011 y 2012

Las principales especies exportadas por Valle del Maipo en los años 2011 y 2012 fueron las cerezas con 80.373 y 21.356 cajas respectivamente, seguida por las peras, con 14.729 y 27.724 cajas respectivamente.

La exportación de ciruelas dejó de ser un negocio atractivo para Valle del Maipo ya que debido al sobre stock mundial del producto los precios bajaron significativamente.

SALARIOS TOTALES

Los gastos salariales de la exportadora se han incrementado desde \$18.479.088 en 2007 hasta \$122.668.088 en 2012, lo que es una clara señal del dinámico crecimiento de la empresa.

Gastos Salariales

Esta tabla muestra que el incremento de los gastos salariales tiene dos componentes: por una parte el aumento discreto de personal de planta o con contrato indefinido, y por la otra, la necesidad creciente de contar con personal de temporada, desde 2010 en adelante.

En este período el personal de planta subió de tres a siete profesionales, en tanto que los honorarios a asesores externos bajaron significativamente al asumir la empresa el trabajo desarrollado por estos en forma interna.

Gastos salariales Valle del Maipo	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Planta	18.479.088	27.314.247	52.136.285	33.137.099	58.987.053	68.424.203
Temporeros	0	0	0	13.132.660	65.116.103	52.293.895
Asesores externos	0	13.289.781	0	0	3.250.000	1.950.000
Totales	18.479.088	40.604.028	52.136.285	46.269.759	127.353.156	122.668.088

La baja del 11,25% de los gastos salariales de la exportadora en 2010 se debió al finiquito de los asesores externos necesarios en la etapa de formación de la empresa.

En tanto que el aumento del 385,9% de los gastos en personal de temporada registrada en 2011, que subieron de \$ 13.132.660 a \$ 65.116.103, se debió al incremento de la producción de cerezas gracias a la compra de una nueva máquina con mayor capacidad. Este mismo ítem baja en 2012 un 19,7% debido a la disminución de la producción de cerezas ya señalada.

Sueldo base mínimo

El sueldo base mínimo de Valle del Maipo en el año 2012 fue de \$241.250 bruto, lo que equivale a 1,25 veces el sueldo mínimo legal vigente (\$193.000) en igual período.

Esto implica que la relación entre el salario base más bajo y el salario base más alto en la exportadora es de 9,4 veces, una de las más bajas en el mercado salarial chileno.

Salarios Valle del Maipo	2011	2012
Salario mínimo bruto de la empresa	227.513	241.250
Salario máximo bruto de la empresa	2.248.445	2.300.054

Pagos Previsionales

En Valle del Maipo damos cumplimiento a las leyes sociales, y por este concepto en 2011 pagamos \$26.768.204 y en 2012 \$25.439.403.

En esta cifra se incluyen los gastos previsionales pensionales (AFP), de salud (ISAPRE o FONASA, según corresponda), el seguro de prevención de riesgos de accidentes del trabajo (ACHS) y la Caja de Compensación Los Andes.

IMPUESTOS Y TRIBUTOS

El total de los impuestos pagados por Valle del Maipo en 2009 fue de \$81.298.515, los que se justifican por el pago del IVA de la maquinaria adquirida ese año, mientras que en 2010 bajó a \$20.178.067, en tanto que el incremento de los años 2011 en que alcanzó los \$36.498.622 y en 2012 en que aumentó a \$38.330.398, están relacionados con la compra de la segunda maquinaria.

Estos pagos se desglosan en Impuesto al Valor Agregado (IVA), Pago Provisional Mensual (Ppm) e Impuesto a la Renta de primera categoría.

Tributos Valle del Maipo	2009	2010	2011	2012
IVA	63.461.811	10.444.356	22.309.772	25.415.028
PPM	15.468.435	8.425.021	8.447.939	8.447.939
Renta	2.368.269	1.308.690	5.740.911	4.467.431
TOTAL	81.298.515	20.178.067	36.498.622	38.330.398

INVERSIONES

La adquisición de la máquina calibradora de cerezas, italiana, de marca UNITEC, modelo UNICAL-200 Cherry, iniciada en 2010, se concretó satisfactoriamente en 2011, con un costo de inversión de \$201.480.521.-

La adquisición de la máquina tuvo dos sentidos: uno crecer como empresa, para tener más capacidad de proceso; y el otro afianzar la sociedad Valle del Maipo.

Esta calibradora llegó al país a mediados de 2011, comenzando sus operaciones en la temporada de cosecha 2011-2012.

Con la máquina nueva en funcionamiento, la temporada 2011-2012 aumentó el volumen en un 25% en cerezas y un 30% en el volumen total exportado por Valle del Maipo, en comparación a la temporada 2010-2011.

A pesar de eso, 2011 no fue un muy buen año. La máquina llegó un poco tarde en base a lo concebido y, aunque son máquinas conocidas y se sabe lo que se puede esperar de ellas, el primer año siempre es más complicado manejarlas, y ajustarlas, pero se espera mejorar la eficiencia y el rendimiento durante la cosecha 2012 – 2013.

Esta adquisición, se suma a la realizada en 2007, cuando adquirimos e instalamos la primera máquina electrónica calibradora de cerezas con tecnología de punta, junto a todo el soporte de ésta, con el propósito de mejorar la calidad y los rendimientos de los procesos y que implicó una inversión de US\$ 400.000 y a la de \$ 3.000.000 realizada en 2008 con el fin de adquirir implementos que mejoraron su rendimiento.

A lo anterior, en 2010 debemos agregar la compra del software contable de Valle del Maipo, que ascendió a la suma de \$ 3.978.400.

Inversiones de las empresas socias

En 2011 y 2012 las inversiones más importantes de nuestras seis empresas socias fueron destinadas a colocar la nueva maquinaria en producción, lo que involucró desde aspectos propios del campo hasta la implementación del comedor y los servicios sanitarios para nuestros trabajadores.

Inversiones Valle de	el Maipo	Item	Costo (\$)
2010		Compra software Contable	3.978.400
2011		Compra de Calibradora Maquina cerezas	201.480.521
2012		Ampliacion linea cerezas/hidrocoler/balanzas	36.268.208

FRANQUICIA SENCE

La franquicia SENCE es un incentivo tributario ofrecido por el Gobierno de Chile a las empresas que se encuentran clasificadas por el Servicio de Impuestos Internos como contribuyentes de Primera Categoría.

Este incentivo permite recuperar sus inversiones en capacitación mediante un descuento o rebaja tributaria equivalente a un monto máximo del 1% de la planilla de remuneraciones imponibles anuales, la que se hace efectiva en el ejercicio tributario del año siguiente a aquel en que se empleó la franquicia.

En 2011, en Valle del Maipo, ocupamos \$ 210.000, en un curso de Comercio Exterior, y en 2012 utilizamos \$354.000.-Esta materia se aborda con mayor profundidad en la página 43 de este reporte.

En tanto que todas las empresas socias realizan cursos de capacitación en

Buenas Prácticas Agrícolas e Higiene Personal a todo su personal, antes del inicio de la temporada de cosecha, con fondos propios, ajenos a la franquicia SENCE.



En este sexto reporte de sostenibilidad de Valle del Maipo, damos cuenta de los principales avances y retrocesos experimentados en el año 2011 y 2012 comparativamente a 2010, de los principales indicadores de los cuatro aspectos claves en la dimensión social:

- Prácticas laborales y ética del trabajo
- Derechos humanos
- Sociedad
- Responsabilidad sobre el producto

En Prácticas laborales y Ética del Trabajo hemos puesto especial énfasis en reportar a las condiciones de empleo, de salud ocupacional y los beneficios con que cuentan las personas que trabajan en Valle del Maipo

En **Derechos Humanos**, junto con declarar nuestro apego a las normas internacionales de comportamiento, abordamos materias relativas a no discriminación, a libertad de asociación y convenios colectivos, a prevención de la explotación infantil y el trabajo forzado o

no consentido y el respeto por los derechos de los pueblos originarios.

En **Sociedad** tratamos aspectos relativos al impacto de la presencia de Valle del Maipo en las comunidades aledañas, la asociatividad, los aportes a partidos políticos, el comportamiento ante la competencia desleal, los mecanismos de prevención de la corrupción, las posición ante las políticas públicas, la relación con las autoridades y el cumplimiento normativo.

Finalmente, en Responsabilidad sobre el Producto, detallamos las medidas que hemos tomado en relación a la salud y seguridad de nuestros consumidores, lo que es particularmente relevante para una empresa como la nuestra, que intermedia entre los productores y los recibidores que posteriormente hacen llegar al consumidor final nuestras frutas frescas y deshidratadas.



Prácticas Laborales

Tal como señalamos en la página 14 de este reporte, nuestra principal parte interesada son nuestros trabajadores – tanto de planta como temporeros – ya que son uno de los pilares claves para lograr nuestros objetivos estratégicos y operacionales.

Por ello junto con dar respuesta a los indicadores correspondientes al desglose del colectivo de trabajadores, las prácticas de salud y seguridad en el trabajo, la capacitación del personal y los beneficios que se otorgan más allá de lo contemplado por la ley, hemos querido tratar de reflejar la real preocupación que tenemos por escuchar y atender las necesidades de nuestro personal.

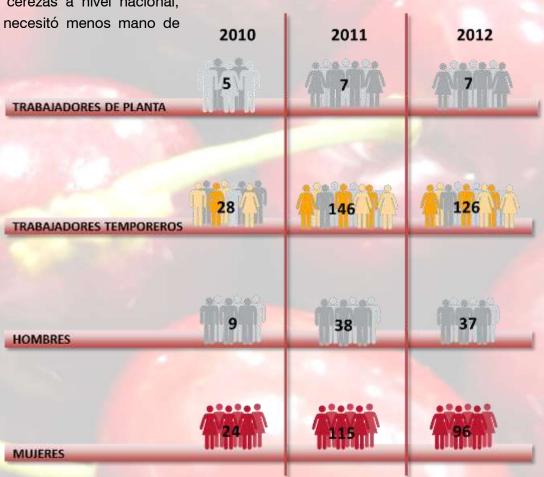
DESGLOSE DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES

Desde 2007 a la fecha nuestra planta de trabajadores ha crecido lentamente. De tres personas con contrato indefinido - un hombre y dos mujeres – hemos llegado

en 2012 a 7 trabajadores con contrato indefinido y 126 con contrato a plazo fijo.

El número de trabajadores de planta se mantuvo, pero el de temporeros disminuyó debido a la baja de la producción de cerezas a nivel nacional, por lo que se necesitó menos mano de obra.

La mayor disminución de personal fue en mujeres temporeras (19 personas), que continúan siendo la gran mayoría de los trabajadores de la empresa, tanto de planta como temporal,



SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

Chile es uno de los países más avanzados del planeta en materia de legislación relacionada con la prevención de accidentes del trabajo y enfermedades profesionales.

El sistema mutual, vigente desde 1958, fue creado por dos entidades gremiales empresariales – ASIVA y SOFOFA - como una iniciativa para disminuir las tasas de accidentabilidad y siniestralidad imperantes y otorgar un servicio digno a los trabajadores que a causa o con ocasión de un siniestro laboral perdieran su capacidad de ganancia, fuese esta temporal o permanente.

A contar de 1968 rige la Ley 16.744 de Prevención de Accidentes del Trabajo y Enfermedades Profesionales que cubre a todos los trabajadores que tienen una relación contractual, sea esta indefinida, a plazo fijo o temporal,

Esta normativa abarca tanto la prevención de siniestros como la prestación de los servicios médicos especializados en caso de su ocurrencia y cubre con subsidios, indemnizaciones y pensiones en aquellos casos en que el trabajador pierde su capacidad de ganancia.

Valle del Maipo estuvo afiliado desde 2007 hasta 2009 al ente estatal (ISP) pero en 2010 adhirió a la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS), entidad a la que están afiliadas las cuatro empresas matrices y que cuenta con mayores beneficios para los trabajadores.

Durante toda su operación en Valle del Maipo Chilean Fruit S.A nunca ha ocurrido un accidente laboral fatal.

En los años 2007 al 2010 no ocurrieron accidentes laborales ni se presentaron casos de enfermedades profesionales. Lamentablemente en 2011 se presentó un accidente laboral con tres días perdidos y en 2012 dos accidentes con un total de ocho días perdidos, lo que aumenta tanto la tasa de accidentabilidad (número de

accidentes del trabajo) como de siniestralidad (gravedad de los accidentes del trabajo).

Todas las empresas socias cuentan con Comité Paritario de Higiene y Seguridad (CPHS).

Debido a su bajo número de trabajadores de planta, Valle del Maipo no tiene CPHS, el que es obligatorio para empresas con 25 o más trabajadores en una misma instalación. No obstante ello, a contar de 2013 en época de cosecha y embalaje se contará, con el apoyo de ACHS y de un Prevencionista de Riesgos.

Tasa / Año	2010	2011	2012
Nº Accidentes	0	1	2
Tasa Accidentabilidad	0	0	6,58
Días perdidos	0	3	8
Tasa de siniestralidad	0	33	26
Víctimas fatales	0	0	0
Tsa de Cotización	0,95	0,95	0,95



Gipsy Margas Alfaro Secretaria contable Valle del Maipo

""Tengo 24 años, estudié secretariado en un liceo técnico y cuando llegue a Valle del Maipo no tenía experiencia laboral en el área administrativa, casi cero, Llegué para ayudar a la niña que hacía la contabilidad, después asumí nuevas responsabilidades, aprendí más cosas y fue una súper buena experiencia. Acá me llené de conocimientos y todos los días hay cosas nuevas.

La relación con el equipo es un siete, son todos muy buenas personas, muy humanos, que eso es importante, hay muy buen ambiente, uno da y recibe... es todo recíproco. Tengo un muy buen jefe, uno puede confiar en él, da oportunidades, nos incentiva para que estudiemos, que ocupemos nuestro tiempo libre.

Este año hice un curso de Excel. Me preguntaron qué me gustaría y yo decidí lo que realmente quería y eso es rico porque cuando a uno lo mandan a cursos que uno no quiere es una lata, en cambio así uno va motivado y lo saca adelante, con buenos resultados.

Además me dieron la opción de elegir horario y yo preferí ir los sábados, y eso fue estupendo porque yo veía otras compañeras que decían "vengo porque me obliga mi empleador, si no, no vendría", y yo decía pucha que diferente porque yo vengo feliz, lo veo como una oportunidad y no como una obligación.

El horario de trabajo es cómodo. Uno hace su pega tranquila, cada uno tiene bien definido lo que hace entonces la presión casi no existe. Depende de uno manejar sus tiempos.

Yo tengo una hija de ocho años, y compatibilizo bien el tiempo con ella. En la mañana le dejo sus cosas hechas, lista para ir al colegio, y en la tarde cuando llego tomamos once y hacemos las tareas. Incluso ella ha venido un par de veces conmigo. Nunca he tenido problemas para

ir a las reuniones de colegio o para otra cosa: tengo el apoyo de todos, desde mi jefe que me autoriza para salir hasta mis compañeras que me remplazan. No hay problemas en este sentido y eso que somos poquitos.

Para ser una empresa chiquitita, y a pesar de no estar en su mejor momento, que nos mantenga los beneficios, es valorable.

La empresa tiene nuevos proyectos, ha habido cambios positivos y que se notan y siento que estoy creciendo con ella. Me siento partícipe de los premios que nos hemos ganado. Además de sentir alegría por el reconocimiento, es un incentivo para seguir aportando un granito al proyecto de todos".

CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN

En 2011 utilizamos \$ 210.000 en formación de nuestro personal, con los que se capacitó a ocho trabajadores en comercio exterior.

En tanto que en 2012, utilizamos \$354.000, en la capacitación de cuatro de nuestros colaboradores: un Taller para operadores de Programa Origen SAG, al que asistieron dos personas, un curso de Tramitación de la Certificación de Origen y un curso de Excel Básico. Estos cursos fueron todos bajo Franquicia SENCE

Dentro de las actividades de capacitación del personal de Valle del Maipo Chilean Fruit S.A., realizadas con anterioridad, se encuentra un seminario de Uva de Mesa, un curso de capacitación de procedimientos internos de exportación, charlas técnicas en diversos temas y un período de aprendizaje en terreno de embarque.

Por su parte, cada una de las empresas que constituyen Valle del Maipo realiza capacitación a sus trabajadores, si bien lo hacen en general sin uso de la franquicia SENCE por la falta de cursos que agreguen valor ya sea a sus actividades o a la empleabilidad de sus trabajadores.

Las inducciones que recibe el personal de las empresas socias, antes de cada proceso productivo, son sobre Buenas Prácticas Agrícolas, Higiene Personal, Seguridad Laboral y Prevención de Riesgos en maquinarias y herramientas.



Ceremonia de término del Taller para operadores de Programa de origen SAG. Los participantes de Valle del Maipo fueron: Cristian Carreño y Karen Gonzalez.

Año	ITEM	Nº trabajadores	Costo (\$)	Total (\$)
2011	Comercio exterior	8	210.000	210.000
	Tramitación de la Certificación de Origen	1	60.000	
2012	Taller para operadores de Programa Origen SAG	2	182.000	354.000
	Excel Básico	1	112.000	

BENEFICIOS SOCIALES

Preocuparse del bienestar de sus trabajadores, es parte constitutiva del ADN de Valle del Maipo. Por ello contamos con beneficios sociales adicionales a los determinados por ley para nuestros trabajadores directos.

Entre los beneficios legales se cuentan la movilización y la colación, tanto de Valle del Maipo como del Packing, que en conjunto significaron un gasto de \$ 22.369.840.

En tanto que los beneficios adicionales incluyen regalos de navidad, aguinaldos para Fiestas Patrias y regalo para el día de la Madre los que en el período en reporte ascendieron a \$2.209.880.



Entrega anual de las cajas navideñas a los trabajadores de Valle del Maipo

Beneficios Valle del Maipo	2011 En \$	2012 En \$	Total 2011-2012 en \$
Movilización	7.730.200	5.140.300	12.870.500
Colaciones V. del Maipo	3.534.276	1.758.008	5.292.284
Regalos de Navidad	679.625	859.355	1.538.980
Aguinaldo Fiestas Patrias	330.000	330.000	660.000
Regalo día de la madre	10.900	no hubo packing	10.900
Colaciones Packing	2.473.752	1.733.304	4.207.056
Gastos totales	14.758.753	9.820.967	24.579.720

Un beneficio diferente

Un beneficio que la empresa otorga a los trabajadores temporales, es la entrega de todo el cartón de desecho proveniente de los embalajes, el que es vendido por éstos a una empresa recicladora. Con el dinero logrado en el mes de enero de cada año hacen un "paseo de fin de año", al que asisten con sus familias.

En 2011 juntaron 2.530 kilos de cartón, los que vendidos a \$20 el kilo, se tradujeron en \$50.600. Ese dinero fue usado en enero de 2012 en un paseo al Camping Portezuelo, ubicado en la localidad de Chada en la pre-cordillera sur de la comuna de Paine, al que asistieron 21 personas.

En tanto que en 2012, por el mismo concepto, se juntaron 2.390 kilos de cartón, los que vendidos al mismo precio del año anterior, significaron \$47.800. En esta ocasión al paseo realizado en enero de 2013 al Camping Los Álamos ubicado

en el sector de Rangue, Laguna de Aculeo, comuna de Paine, al que concurrieron 23 personas.

Los paseos se realizan en día laboral, tiempo que aporta Valle del Maipo a sus trabajadores.



Paseo Enero 2012



Paseo Enero 2013



Derechos Humanos

En Valle del Maipo creemos que el valor de las personas está por sobre cualquier otra consideración y que debemos ser activos en manifestar nuestro punto de vista contrario a las malas prácticas que pueden presentarse en el sector agrícola tales como trabajo infantil, trabajo forzado o no consentido u oposición a la sindicalización.

Tenemos particular interés en dar pleno y fiel el cumplimiento de las normas nacionales e internacionales sobre derechos humanos, puesto que los organismos internacionales abocados a este tema continuamente ponen de manifiesto situaciones de abuso en el mundo rural, situación de la que lamentablemente Chile no ha sido excepción.

En tal sentido nos regimos por la Constitución Política del Estado de Chile, por los acuerdos internacionales a los que está suscrito el país y por la legislación vigente, las que consideran y resguardan todos los derechos humanos.

No discriminación

Hemos instaurado como práctica de contratación de personal, sea este de planta o temporal, la no discriminación por sus tendencias políticas, religiosas, sexuales, de raza o etnia o por ser portadores de capacidades diferentes.

Asimismo, no discriminamos a nuestros proveedores por ninguna de las razones expresadas anteriormente, ni por el tamaño de sus instalaciones o el prestigio de su marca, preocupándonos de calificarlas por la calidad de sus productos o servicios, el cumplimiento que tienen de las leyes nacionales a las que están sujetos.

Ante igualdad de producto y precio, determinamos cual empresa realiza una gestión socialmente más responsable, ya sea por su buen trato a los trabajadores, el cuidado con que se vincula al medioambiente o la inclusión de discapacitados a su planta de

trabajadores que cuentan con contratos indefinidos.

Desde nuestra creación y hasta la fecha, nunca hemos tenido algún incidente relacionado con discriminación.

Hasta la fecha, ni en Valle del Maipo ni en ninguna de las empresas hemos tenido algún incidente relacionado con la discriminación.



Freddy Avila Arancibia.

Proveedor Industria de Pallets Ltda.

La empresa en la que trabajo actualmente - "Industrias de Pallets Ltda." - es relativamente nueva, lleva tres años, y nos dedicamos exclusivamente a fabricar pallets de exportación, de pino, nada con maderas nativas.

Nuestra meta es solucionarle al cliente cualquier problema o necesidad que tenga con nuestro producto. Lo que hacemos es analizar lo que nos pide el cliente y con esa información resolvemos junto con ellos que es lo que requieren en la forma más personalizada posible.

Puede parecer una paradoja, pero sin embargo nosotros como proveedores hemos trabajado con tantas empresas, de tan distintos rubros y con necesidades aparentemente tan diferentes que hemos llegado a diseñar un tipo de pallet que les sirve a todas: es un diseño único, que ha dado muy buenos resultados.

Nosotros trabajamos con empresas de todos los tamaños, en su mayoría grandes, pero preferimos las empresas más pequeñas, porque son distintas en el trato, en las negociaciones y en los plazos, tanto de entrega como de pagos, que son más acotados y están dentro de lo que nosotros podemos manejar en mejores condiciones.

Con Valle del Maipo la relación es muy buena, con ellos nunca hemos tenido ningún problema, al revés. Hace cinco años que trabajo con la Carol, la conozco desde que yo estaba en otra empresa, y siempre ha sido un trabajo interesante. El grupo de trabajo de Valle del Maipo es chico y eso hace que uno pueda tener relaciones más cercanas y cordiales.

Nuestra impresión es que están creciendo harto, lo que para nosotros también es bueno: si ellos crecen, nosotros también".

Trabajo Infantil

Tanto Valle del Maipo como las cuatro empresas que la constituyen tenemos prácticas muy claras respecto al trabajo infantil. Todas cumplen a cabalidad con la normativa nacional y tienen estipulado que sólo se permite el trabajo de personas menores de 18 años, y mayores de 16, con autorización notarial previa de los padres.

Estos trabajadores adolescentes sólo pueden realizar labores ligeras – tales como armar cajas de cartón - que no perjudiquen su salud o su desarrollo físico, y que no impidan su concurrencia a sus centros educacionales.

De los 146 trabajadores de temporada contratados por Valle del Maipo en 2011, 8 fueron adolescentes, y de los 126 contratados en 2012, sólo 7 están en esta situación.

Trabajo Forzado

Valle del Maipo y sus cuatro empresas hemos instaurado como práctica la prohibición del trabajo forzado o no consentido.

En esta materia los socios y la administración de Valle del Maipo han tenido la preocupación de revisar los contratos de la totalidad de las personas que laboran con nosotros, ya sea de planta o a plazo fijo así como el personal de proveedores, para constatar que en ellos se está cumpliendo cómo estándar mínimo la legislación vigente. Este punto es particularmente importante cuando se trata de trabajadores extranjeros.

En ninguna de las empresas socias, ni en Valle del Maipo, se ha reportado ningún incidente al respecto a lo largo de su existencia.

Situación laboral del agro

La obtención de mano de obra necesaria para el sector agrícola y especialmente para el frutícola es cada día más crítico a nivel nacional. La situación prácticamente de pleno empleo registrada en Chile en los años 2011 y 2012 ha incrementado la oferta laboral en forma gigantesca, por lo que hay muchos productores que están asustados porque no tienen gente cuando la necesitan.

Nosotros creemos que es al contrario, que esta es una señal importante en el sentido que el negocio es bueno para todos y no solo para unos pocos.

Hace cinco años un trabajador agrícola de temporada trabajaba por siete mil peso diarios, hace tres años lo hacía por diez mil y hoy no es por menos de veinte mil. Este crecimiento de los salarios en el campo es muy bueno, ya que les está dando a los trabajadores acceso a la casa propia, a tener un auto, a hacer viajes, a

comprar a bienes y servicios que antes era para un público elitista y que hoy han pasado a ser casi universales.

Esto es bueno y hay que alegrarse, pero no se puede desconocer que como consecuencia trae aparejada una presión salvaje al sector agrícola que habitualmente es el que contrata a la gente que no logró un empleo en la minería, en el comercio o en la construcción.

Esto hace que la discusión sobre el monto del sueldo mínimo base legal en la agricultura, y especialmente la percibida por los trabajadores temporeros, prácticamente no tenga mucho sentido. Más que subir los salarios mínimos hay que buscar formulas para que tengan trabajo por períodos más largos y en los que se les paguen todas sus leyes sociales.

Otro aspecto interesante es que la oferta laboral que brinda la agricultura en temporada es bastante básica: necesitas gente que sea capaz de

cortar fruta sin dañarla, lo que aunque sea muy bien pagado es poco interesante para alguien que tenga cierto nivel de preparación. Y resulta que en Chile hace veinte años la gente salía de cuarto, como mucho de octavo básico, mientras que hoy salen de cuarto medio y muchos siguen estudiando después, entonces cada vez vamos a tener menos gente disponible para estas faenas y es posible que a futuro necesitemos contratar mano de obra extranjera, igual a como lo hace cualquier país desarrollado.

La crisis de mano de obra - "crisis" entre comillas, porque en el fondo lo que hay es exceso de demanda o sobre empleo - no tiene vuelta atrás, y por eso en la agricultura tenemos que esperar con los brazos abiertos a los trabajadores extranjeros, que van a ser parte del desarrollo del país.

Ha habido un cambio notorio en los empleadores. Hace cinco años decían "necesito un trabajador de planta y el resto me las arreglo con puros contratistas; así no sé ni cómo se llaman, ni si están bien o están mal, me facturan al mes y si hay cualquier problema es otro el que se lo va a tragar". Hoy esa es la gente que está desesperada porque no tienen mano de obra como nunca crearon vínculos con sus trabajadores hoy les cuestan carísimo, al punto que algunos cultivos han dejado de ser rentables.

Es así como para cualquier empleador, en el escenario actual, tener la posibilidad de llamar a la gente y decirles "vengan mañana por el día, pero no sabemos cuándo las vamos a volver a llamar" y esperar que les lleguen todos y después imaginarse que se van a quedar esperándolos, es irreal.

En nuestro caso, que embalamos una fruta delicada y que no puede esperar como son las cerezas, gracias a Dios tenemos un grupo de señoras, alrededor de 30 mujeres, que siempre que las llamamos nos responden.

Esto no es una casualidad ni el fruto de la buena suerte, ha sido porque desde que empezamos además de tener un ambiente de trabajo grato nos hemos preocupado por buscarles trabajo prácticamente para todo el año: o están con nosotros o con amigos nuestros o con empresas que tienen su peak en temporadas diferentes a la nuestra.

Así que si vienen no es sólo por lo que les pagamos, que siempre es más o menos lo mismo que les podría pagar cualquier otro empleador de la zona, sino por el trato que les damos y por la confianza mutua que hemos generado. Hoy día tenemos gente, podemos trabajar tranquilos y estamos muy contentos porque creemos que estamos haciendo el camino en forma correcta.

Respeto a los pueblos originarios

En Valle del Maipo respetamos la legislación nacional en términos de derechos de pueblos originarios, así como la Declaración 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) refrendada por el Gobierno chileno en 2010.

Ninguno de los predios en los que Valle del Maipo tiene injerencia se encuentra en tierras reclamadas por comunidades indígenas.

Nunca hemos registrado un incidente sobre esta materia.

Sindicalización

En Valle del Maipo Chilean Fruit S.A. no contamos con sindicato propio ya que sólo tenemos siete trabajadores y la ley chilena requiere un mínimo de ocho trabajadores para constituir un sindicato



Sociedad

Relaciones con la Comunidad

Por su tamaño, giro y ubicación territorial Valle del Maipo Chilean Fruit S.A. destina sus mayores esfuerzos a desarrollar las comunidades en las cuales está inserta y su mayor impacto positivo es a través de la contratación de mano de obra local.

Es así como en 2011 el 73% de sus trabajadores tenía residencia en la comuna de Buin y en 2012 el 57% de sus trabajadores pertenecía a la misma comuna.

Colegio San Francisco de Paine

Desde el año 2011, Valle del Maipo recibe en sus instalaciones a niños de 1º y 2º básico del colegio San Francisco de Paine.

En estas visitas guiadas, los niños son recibidos por el jefe de planta, el que les muestra las instalaciones, les cuenta el proceso de embalaje de las cerezas, responde a las preguntas de los niños, y al final de la visita, les regala cerezas.

Estas actividades son coordinadas por Lucía Cepeda Catalán, Administradora General del Colegio, quien las programa de acuerdo a los tiempos de la planta.

Cerezas mapuches a China

En su constante búsqueda de nuevos proveedores de excelencia, desde octubre de 2011 Valle del Maipo está trabajando en un proyecto en conjunto con INDAP, con once productores de la Comunidad Mapuche de Tralcao, Región de Los Ríos, en las cercanías de Valdivia.

Trabajar con estos productores para Valle del Maipo tiene dos sentidos, uno netamente comercial y otro social: el comercial se debe a que las cerezas de la zona sur de Chile, son de cosecha tardía, lo que las hace muy atrayentes para China, porque es una fecha donde por tradiciones culturales hay un alto consumo de cerezas y no hay otro país del mundo que las produzca en esas semanas, lo que hace que los precios en ese mercado sean muy interesantes.

En tanto que el sentido social, que es lo que hace este desafío atractivo e interesante para los socios de Valle del Maipo - ya que desde el punto de vista productivo estamos hablando de volúmenes muy bajos - tiene que ver en cómo podemos ayudar en el desarrollo productivo y comercial a los comuneros mapuches, poseedores de predios muy pequeños, de una o dos hectáreas, plantadas con cerezos.

Esta alianza productiva, generada bajo el alero de INDAP, es aumentar la productividad y mejorar la calidad de las cerezas para lograr un producto que cumpla con los requisitos de exportación.

La cobertura del programa alcanza a diez productores de origen mapuche y los principales resultados a la fecha son el despacho en enero de 2012 de 23.000 kilos de cerezas de la variedad lapins procedentes de la región de Los Ríos, exportadas a China, lo que representa un promisorio negocio de campesinos de origen indígena.

La meta para el segundo año fue introducir tecnología como opción productiva complementaria a la agricultura tradicional. Esto se tradujo en cobertores para los huertos de frutales de cerezos, lo que disminuye la pérdida de producción por daños climáticos durante la época tardía de la temporada.

Esto se pretende lograr a través de:

- Capacitar a la comunidad de Tralcao en el manejo de la fruta
- Lograr un encadenamiento productivo mediante una relación comercial fluida
- Habilitación de proveedores en algún protocolo de calidad, como BPA
- Mayor fidelización de proveedores

Para Valle del Maipo fue partir casi de cero, ya que en el sur de Chile y particularmente en el sector de Tralcao donde viven los comuneros mapuches no es habitual plantar cerezos. Así que se ha tenido que trabajar con ellos desde cómo formar los huertos y como aplicar oportunamente los fitosanitarios, hasta

capacitarles para que cosechen en las condiciones que exigen los mercados extranjeros.

Para los comuneros mapuches el cambio ha sido monumental. Hace siete u ocho años, cuando plantaron sus cerezos, eligieron adecuadamente las variedades, los porta injertos y una serie de otras cosas técnicas, pero no sabían que las cerezas se parten con la lluvia y por lo tanto la fruta, que en condiciones óptimas tiene buen precio, resultó de baja calidad y solo pudieron venderla en la zona, a precios bajos y en pequeñas cantidades.

Lograban producir entre dos mil y tres mil kilos, los que vendían a 500 pesos el kilo, entonces con suerte era un ingreso del orden de los cien mil pesos mensuales, insuficientes para poder alimentar a la familia. Así pasaban los años y no obtenían el bienestar económico que debía producirles un huerto de cerezos.

Ya con los resultados de la aplicación de los consejos que se ofrecieron el primer año les fue posible duplicar los precios. Desde ese momento pasaron a creer en las cerezas, aprendieron que pueden ganar mucha plata y saben que eso les permitirá mejorar su calidad de vida familiar. Entonces están contentos, entusiasmados, son y se sienten empresarios. Estamos súper confiados y tranquilos de que para ellos ya no hay una vuelta atrás.

Con este proyecto conseguimos que el Estado, a través de INDAP, los apoyara financieramente, ya que para que su negocio sea sostenible en el tiempo, necesitan construir techos para cubrir los árboles de la lluvia, y eso implica hacer inversiones que pueden llegar a ser hasta de 12 millones de pesos por hectárea. Cinco de los once comuneros están construyendo sus techos, lo que les permitirá mejorar considerablemente sus cosechas.

Si seguimos al ritmo que llevamos podrían llegar a producir ocho mil kilos por hectárea, o sea, deberían multiplicar sus ingresos por diez o por doce veces lo que estaban acostumbrados a recibir hasta antes de comenzar el proyecto.

Sin embargo no ha sido fácil que entiendan la mecánica del proceso exportador. Estaban acostumbrados a vender las cajas de cerezas en la esquina de la plaza, a quinientos pesos el kilo, y hoy día tienen que llegar a China después de treinta y cinco días de viaje. Y también les ha sido difícil entender que no son la niña bonita a la que el mundo está esperando para comprarles sus cerezas. Para llegar a esos mercados tenemos que ir varios productores juntos, con fruta de la misma calidad.

Hemos estado yendo dos veces al mes a través de un programa en conjunto con INDAP a apoyarlos técnicamente, comercialmente, darles charlas, mostrarles fotos, videos y que entiendan dónde llega la fruta, qué pasa después que ellos la cosechan, recién parte la cadena de exportación y es larga, y no ha estado exento de complicaciones pero ha sido una historia súper reconfortante. Escucharle que ahora sus hijos podrán

estudiar si es que quieren, es un mensaje de optimismo para todos y que nos llena de orgullo de ser una Pyme que sin olvidar cual es su negocio, lo hace con sentido social.



Agricultores participantes de Programa: Pedro Guerra Huenchante, Miriam Saavedra Montti, Elvis Zúñiga Morales, Jesus Huenchante Lenfo, Sandra Andaur Chrobinski, José Huenchante Lenfo, Juan Andaur paredes, Francisco Manquecheo Agregan, Manuel Martín Mora y Graciela Muñoz Andrade.



Pedro Guerra Huenchante Dirigente de los Comuneros Mapuches de Tralcao.

"Nosotros somos un grupo de campesinos mapuches acá de la Región de Los Ríos, sector de Tralcao, que partimos con esto de las cerezas hace como diez años.

El año 2011 conocimos a Valle del Maipo y a don Aldo, cuando estuvieron en la zona contactando productores para comprar cerezas. En esa oportunidad conocimos a varias empresas, pero Valle del Maipo nos dio mayores facilidades y garantía para el tema de las ventas.

En general las empresas son muy frías, ven números, ven el tema de las platas, pero nosotros no somos gentes de grandes recursos, somos campesinos pobres, así que necesitamos apoyos para mejorar nuestra situación.

Fue así como a través de ellos pudimos concretar una alianza productiva con INDAP, quienes nos han brindado colaboración, soporte técnico y nos han facilitado apoyo financiero tanto de los productos como de la cosecha. Y ahora nos están apoyando con la construcción de los techos. Esa es una inversión muy grande para poder hacerla solos, pero hemos demostrado que cuando nos dan una mano sabemos responder.

Valle del Maipo nos ha dado tres cosas: seguridad de que nos van a compran las cerezas, certeza en que nos van a apoyar en términos técnicos para mejorar nuestro producto, y, lo más importante, confianza en que estamos tratando más que con una empresa con un colaborador, como es Aldo Anselmo.

Nosotros creemos que la parte humana de don Aldo es la que hace la diferencia, es lo que Valle del Maipo no sea como uno ve al resto de las empresas Nuestro producto sale después que las cerezas de la zona central, tenemos buena calidad, y ellos tienen el mercado: China, Europa, Estados Unidos y Japón, por lo tanto tenemos una relación comercial excelente en que todos podemos salir ganando, así que debería ser para largo.

Sabemos que no es una empresa poderosa o de muchas platas y que no tiene las condiciones como para apoyarnos con infraestructura, pero el tema de los techos nos tiene muy complicados. Sería el broche de oro si pudiera financiarnos los techos y nosotros pudiéramos írselos los pagando a ellos a largo plazo.

Sabemos que es difícil, pero sería un aporte muy importante y sólo nos atrevemos a sugerírselos porque es una empresa que sabemos que se preocupa de verdad de nosotros. Y que si no puede nos va a ayudar a conseguirlo de alguna manera.

Haber desarrollado este proyecto nos cambió las condiciones de vida, porque nuestros hijos hoy día quieren ir a la universidad, o están mirando otras proyecciones que antes no habían en nuestra localidad mapuche".

Corrupción

En los seis años de trabajo ni en Valle del Maipo Chilean Fruit ni en ninguna de las empresas socias se han denunciado o detectado prácticas de esta naturaleza.

Cumplimiento normativo

En el año 2011 y en el 2012 Valle del Maipo Chilean Fruit S.A. no recibió multas. Desde su formación, la única sanción recibida por la empresa corresponde a una multa cursada en 2008 por el Servicio de Impuestos Internos (SII) debido a un error en la confección de una boleta de honorarios.

Valle del Maipo ha tenido una constante preocupación por el cumplimiento de las leyes que les atañen, contratando personal calificado para ocuparse de estos temas.



Responsabilidad sobre el Producto

Tal como se señala en la página 25 de este reporte, Valle del Maipo presta servicios a sus empresas socias y a terceros para exportar fruta fresca y deshidratada bajo estrictos procedimientos lo que le permite entregarlas a los recibidores en forma oportuna y en las mejores condiciones sanitarias.

También desarrolla nuevos nichos de mercado y nuevos productos que pueden agregar valor a la fruta de exportación.

PRODUCTOS

Las cerezas y las peras que exporta Valle del Maipo provienen de las plantaciones de sus 29 productores.

Cerezas:



Dentro de nuestro abanico de productos, el de mayor venta es la cereza, en sus variedades Bing, Lapins y Santina, que son las más solicitadas por los recibidores debido a sus marcadas características de sabor, color, tamaño, presentación y resistencia, lo que permite despacharla por vía aérea o marítima hasta los mercados más lejanos

Las cerezas son frutas delicadas, que deben ser cosechadas a mano y luego seguir con ellas un proceso de post cosecha muy preciso, en lo referente al manejo del frío, embalaje y despacho.

A China (Hong-Kong), Europa y Estados Unidos las cerezas se envían fundamentalmente por vía marítima, tomando el proceso desde cosecha hasta desembarque 12 días a Estados Unidos, 30 días a Europa y 35 días a China.

Tal como señalábamos en las páginas 53 a la 56, Valle del Maipo en su constante búsqueda de nuevos proveedores de excelencia, comenzó en octubre de 2011 una alianza estratégica bajo el alero de INDAP con una comunidad mapuche de la zona de Tralcao, Región de Los Ríos.

Continuando con la búsqueda de proveedores, en 2012 se sumaron seis nuevos productores de la comuna de San Carlos, en la VIII región, logrando una exportación de 15.000 cajas.

Peras:



La principal variedad de peras que comercializa Valle del Maipo es la Abate Fetel que es consumida principalmente en Alemania e Italia.

Valle del Maipo las exporta directamente a Alemania, donde son recibidas por Cobana Fruchtring Gbh, líder europeo en importación de frutas frescas, quién las distribuye a todos los supermercados de ese país. Alemania tiene requisitos muy exigentes en cuanto a límites de residuos de pesticida, por lo que se está tratando de llevar la producción a detección cero. Esto significa que para el control de pestes se utilizan productos que tienen las curvas de degradación adecuadas y que haya un control exhaustivo en todas las fases de aplicación.

SERVICIOS



El principal servicio que presta Valle del Maipo a sus empresas socias es el proceso de exportación de sus frutas, ya sean frescas, secas o deshidratadas.

Este proceso, en palabras simples, se inicia en el momento en que el productor entrega sus frutas hasta que éstas son entregadas al recibidor que está radicado en otro país.

El producto se envasa en los distintos formatos y tamaños requeridos por los mercados y se etiqueta de acuerdo a la normativa de cada recibidor. Simultáneamente se deben solicitar los permisos oficiales, que incluyen el certificado de origen que en este caso otorga la Sociedad de Fomento Fabril (Sofofa) y los certificados de condiciones fitosanitarios que son generados por el Servicio Agrícola y Ganadero (SAG).

A ello se agregan las guías de despacho, las planillas de despacho y los packing list, que señalan con exactitud los productos que se están exportando, así como el formato en que están siendo despachados.

Con esa documentación en regla se procede a contratar la logística de despacho que incluye cargar los camiones y llevarlos a los puertos o aeropuertos en donde se descarga y se procede a embarcarlos, en el buque o en el avión según el tipo de producto, para que lleguen a destino.

Nuevos Productos

A contar de 2010, comenzamos a investigar los nuevos nichos de negocio que es factible incorporar al mercado Chino. En éste, existe una creciente demanda de frutas secas y deshidratadas, fraccionadas.

A raíz de ello, desarrollamos una nueva línea de productos bajo la marca SMART, consistentes en pasas, almendras, nueces, ciruelas y cerezas, en envases inferiores a los 150 gramos, cuyas primeras muestras fueron enviadas a fines de 2010, siendo acogidas con interés por los recibidores.

Sin embargo en septiembre de 2012 tomamos la decisión de liquidar el stock que teníamos de estos productos y descartar su producción a futuro porque el precio de oferta de Estados Unidos, país líder en el área de los deshidratados, es más bajo que el nuestro, lo que impide una real competencia.

SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE

Las principales certificaciones a las que se someten voluntariamente las empresas socias de Valle del Maipo así como otros proveedores que han comenzado a enviar su producción por intermedio nuestro son Globalgap y HACCP

GLOBALGAP

Ésta es una certificación internacional que se obtiene al cumplir un protocolo de producción basado en Buenas Prácticas Agrícolas, encaminado a la obtención de productos en forma responsable, guardando el respeto debido al medio ambiente y procurando tanto la seguridad de los trabajadores como de los consumidores finales.

Este protocolo requiere que las empresas lleven registros de cada uno de los ítems de su producción, tales como aplicaciones de pesticidas, fertilizantes, registro de limpieza, eliminación de residuos, control de plagas, proceso de producción, despacho, exportación, existencias, capacitaciones, asistencia técnica y aplicaciones pos cosecha, entre otros.

De esta manera, se lleva una detallada trazabilidad del producto, pudiendo asegurar a sus clientes un producto inocuo y que no afectará la salud del consumidor final.

Las empresas socias cumplen con el protocolo y poseen la recertificación GLOBALGAP, esto es que han sido auditadas en más de una oportunidad.

Para velar por el correcto cumplimiento de los distintos procedimientos, el personal de nuestras empresas es capacitado en distintas áreas tales como higiene y seguridad en la manipulación de los productos hortofrutícolas, manejo y uso de productos fitosanitarios, operación y calibración de maquinarias.

HACCP

La norma HACCP tiene como objetivo controlar peligros significativos para la inocuidad de los alimentos, asegurando a los diferentes clientes que los alimentos no tendrán contaminación de ningún tipo. A la fecha de cierre de este reporte las empresas Santa Laura del Alto y Olmedo Hermanos Ltda. y Abufrut Ltda., poseen esta certificación.

Cumplimiento normativo.

Valle del Maipo Chilean Fruit S.A., así como sus cuatro empresas socias, no presenta incidentes derivados de incumplimientos de la normativa legal chilena respecto de estos temas, ni tampoco faltas al protocolo GLOBALGAP.



En la medida que hemos avanzado en el ejercicio de reportar bajo metodología G3 de GRI, hemos ido descubriendo que intuitivamente estábamos aplicando diversas prácticas que protegen el medio ambiente, así como había otras que si bien hacemos en forma deliberada y sistemática no habíamos reportado antes por no dimensionar el valor que ellas tienen más allá de nuestras propias fronteras.

Esta toma de conciencia hace que nuestras tareas fundamentales - cuidar la salud de nuestros clientes finales y de nuestros trabajadores y preocuparnos por el desarrollo de las comunidades aledañas –pase por cuidar el medioambiente en que estamos trabajando.

Esta es una forma importante a través de la cual podemos aportar al desarrollo de nuestra empresa, de nuestros socios proveedores, de nuestra zona y de nuestro país.

Un aspecto que queremos destacar en esta edición es la claridad con que hemos llegado a percibir los problemas que está sufriendo el agro en relación al agua que proviene de los canales de regadío, los que están colapsados por los materiales plásticos en desuso, los que son tirados sin remordimientos al Río Maipo y sus efluentes, por personas que viven en sus cercanías o pasan por ellos.

Este es un problema que va más allá de lo que podemos hacer en forma individual y en al que tendremos que buscar alianzas estratégicas con otros productores y con autoridades para emprender una cruzada en busca de una mejoría en el trato del agua.

Por nuestro tamaño aún reducido, así como por nuestra característica como empresa de servicios a la agricultura, los indicadores de Valle del Maipo son pequeños pero dentro de nuestro ámbito de acción e influencia estamos tratando de hacer las cosas correctamente.

MATERIALES

Antes de llegar la fruta cosechada a proceso, los materiales que más se utilizan por parte de los productores son los fertilizantes y fitosanitarios, por ello es fundamental realicen un manejo eficiente y seguro de estos productos, cumpliendo con los estándares más exigentes a nivel internacional.

Tanto las seis empresas socias como los restantes 23 proveedores, se han asesorado por especialistas para, basados en las necesidades de cada cultivo - lo que se define mediante el análisis de suelo y foliares - maximizar la eficiencia en el uso de los fertilizantes, minimizar los posibles impactos en el medio ambiente y disminuir su impacto económico.

Por su parte el almacenamiento, manejo y aplicación de los fitosanitarios en los predios cumple con las más altas exigencias de seguridad. Para ello cuentan con bodegas destinadas exclusivamente al almacenamiento de

fitosanitarios, las que cumplen con las exigencias de seguridad de la normativa chilena y de GLOBALGAP.

El acceso a estas bodegas está restringido al personal calificado, autorizado y que cuente con sus credenciales otorgadas por el Servicio Agrícola y Ganadero (SAG) al día. Asimismo, todo el personal que manipula y aplica fitosanitarios está debidamente capacitado y autorizado por el SAG.

Para asegurar su correcto funcionamiento y evitar la eliminación innecesaria de productos al medio ambiente las maquinarias que se utilizan para la aplicación de los fitosanitarios en los predios son sometidas a mantención y calibración general dos veces al año, de acuerdo a lo estipulado por GLOBALGAP, y a una calibración especial para cada aplicación.

Una vez aplicados los fertilizantes o pesticidas en los huertos, se instala una señalética claramente entendible por todo el personal que cumple labores dentro del

campo e inequívoca para cualquier persona que eventualmente pudiese pasar por su cercanía, consistente en banderas de colores y carteles que informan el significado de cada bandera, para evitar el ingreso anticipado y de esa forma proteger la salud de los trabajadores.

Antes de realizar cada aplicación, se refuerza esta información con charlas explicativas destinadas a todos los trabajadores.

Los envases previamente sometidos a triple lavado son perforados y enviados a una empresa autorizada para realizar el chipeado de los mismos, la más recurrente de las cuales es Martínez y Valdivieso, ubicada en la comuna de Buin.

La siguiente tabla presenta el desglose de los mateiales más utilizados en el proceso de la exportadora Valle del Maipo:

Materiales Kg	2011	2012	
PAPEL	2112	0	
BOLSAS PLASTICAS	4932	793	
CAJAS PLASTICAS	5460	0	
CARTON	61594	41978	
MADERA	8250	5400	

La disminución a cero, tanto del papel como de las cajas plásticas, se explica por la existencia de sotck de un año a otro, y no es necesario volver a comprar hasta que se agote

En el caso de las cajas plásticas, éstas son fundamental mente para las cerezas, y como la temporada 2012 fue más baja, se ocupó el stock restante de 2011.

RESIDUOS

Los residuos provenientes de Valle del Maipo corresponden a residuos orgánicos biodegradables, residuos asimilables a domésticos y residuos no peligrosos, todos ellos en pequeñas cantidades, con excepción del cartón, la madera y los plásticos procedentes del proceso.

Como parte de su preocupación por minimizar sus impactos negativos sobre el medio ambiente, la exportadora ha buscado reutilizar y reciclar la mayor cantidad de materiales utilizados.

• El cartón de desecho de los distintos embalajes utilizados se lo entregan a los trabajadores temporeros, quienes los venden a empresas recicladoras de y el dinero obtenido les sirve para hacer un paseo familiar en el mes de enero.

En el período en reporte, esto es los años 2011 y 2012, en total se recuperaron

4.920 kilos, esto es cerca de cinco toneladas de materia prima.

- Los materiales de embalaje que se encuentran en buen estado son guardados en la planta hasta la siguiente temporada, una vez que la exportadora recibe los excedentes.
- En relación a los desechos plásticos, ya sea cajas de embalaje o bins, estos son entregados a las empresas proveedoras las que en algunos casos las venden a empresas reciclaje tales como Greenplast y en otras se eliminan como residuos sólidos por medio de empresas autorizadas para darles disposición final
- Valle del Maipo no utiliza pesticidas ni fitosanitarios

Los desechos orgánicos y la basura doméstica de Valle del Maipo es acumulado en contenedores, para posteriormente ser trasladados a un vertedero autorizado.



Ivan Guitart Acuña Ejecutivo de Negocios, Corfo,

Hemos trabajado seis años con Valle del Maipo y hemos visto resultados crecientes en diferentes aspectos: económicos, en volúmenes de producción, en calidad de la fruta, también hemos constatado una preocupación especial por incrementar los contactos con sus clientes y fortalecer los vínculos laborales al interior de la empresa.

Esto significa que la gente que trabaja en Valle del Maipo está motivada, se siente cómoda, recibe formación y capacitación y por lo tanto puede contribuir satisfactoriamente a incrementar la producción y mejorar la calidad del producto que demanda el mercado internacional.

Otra ventaja de este proyecto es que está asociado a la venta de un producto Premium, por lo tanto, a pesar de las fluctuaciones de precio, ellos han podido sostenerse con éxito.

Creo que se nota que se han puesto la camiseta, se han tatuado en la piel que están preocupados con todo lo que tiene que ver con el medioambiente.

Por eso deliberadamente han elegido trabajar con productores certificados en el tema medioambiente, que sean expertos en la aplicación de pesticidas y productos químicos, lo que contribuye a que la fruta disponga de una certificación que cumple con los protocolos de control de calidad y eso le da seguridad al consumidor.

Hay que destacar que este proyecto no se ha quedado con los mercados tradicionales de Estados Unidos y Europa, ha ido mucho más allá, llegando a Asia con excelentes resultados. Han establecido las confianzas necesarias con sus compradores y comercializadores concretando negocios, para lo que han tenido que actuar con mucha flexibilidad para manejarse bajo distintas variables y adaptarse a los diversos mercados y costumbres.

Creo que Valle del Maipo tiene un procedimiento de mejora continua, esto no termina nunca y esa es una de las grandes características que tienen los proyectos que auspiciamos, por lo tanto, aquí hay un radar que nos está diciendo "aquí hay un problema y una oportunidad", y eso no termina.

Ha sido un proyecto exitoso con mucha potencialidad, con un grupo humano que tiene mucha identidad con el proyecto y lo que hace. Están permanentemente preocupados de aspectos como la calidad para lo que se requiere estar en terreno y con permanente contacto con las empresas. Pienso que sería interesante continuar trabajando con ellos en algún producto".

ENERGÍA

La principal fuente de energía que se utiliza en Valle del Maipo es la electricidad, el que se utiliza prioritariamente para el proceso de packing de cerezas.

Dada la creciente escasez de nuevas fuentes de producción eléctrica, lo que se refleja en las alzas de precios, es de vital importancia disminuir y cuidar al máximo su uso

2010 fue el primer año que Valle del Maipo registra su consumo de electricidad, el que alcanzó a los 212.900 kilowats. Posteriormente, en 2011 y 2012, el proceso de frío fue asumido por los dueños de la planta Sociedad Agroindustrial Friobuin Ltda, los que facturan a Valle del Maipo el diferencial, lo que ha hecho disminuir este ítem.

La luz y el agua que se consume en las oficinas están incluida en el canon de arriendo

Gas

El gas que utiliza Valle del Maipo se destina al funcionamiento de la grúa horquilla (Yale) de la planta.

Al igual que en el caso de la electricidad, el consumo de gas disminuye de los 594 kilos usados en 2010 a 329 kilos en 2011 y finalmente se eliminan de la tabla en 2012, cuando la grúa horquilla pasa a ser operada directamente por la Planta.

Petróleo

Valle del Maipo no registra consumo de petróleo ya que no lo requiere para sus operaciones.

Tabla de consumo 2011 - 2012.

Empresa	Gas (kg)			Electricidad (kw)		
Zinprosa	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Valle del Maipo	594	329	0	212.900	8.300	XXX

AGUA Y VERTIDOS

El agua que usa Valle del Maipo se concentra en el funcionamiento de la maquinaria que funciona en la planta, la que incluye este ítem en su servicio, no pudiendo distinguir dentro de la factura cual es el componente correspondiente a agua.

Como desafío para 2013 nos proponemos solicitar a la Planta el desglose del uso de electricidad en kilowatts y de agua en metros cúbicos para poder dar respuesta adecuada a este importante ítem.

La planta no produce riles ni presenta vertidos al medioambiente. En tanto que Valle del Maipo como tal es una empresa de servicios, que tampoco tiene riles y sus vertidos son mínimos y se reducen a los de carácter doméstico.

En el caso de las empresas socias y proveedoras el residuo que presenta mayor importancia desde el punto de vista medioambiental son los remanentes de

aplicación de fitosanitarios y los envases vacíos de éstos.

Para ello Valle del Maipo supervisa que cada una de las empresas realice el procedimiento de triple lavado para los envases de pesticidas vacíos, tal cual como está establecido en el protocolo de GLOBALGAP, y que el agua utilizada en el lavado de los envases sea reincorporada a las máquinas en el momento de la aplicación.

Cuando hay aguas residuales provenientes de este proceso, ellas son esparcidas en las orillas de camino o en terrenos en barbecho, tal como está establecido en el protocolo GLOBALGAP minimizando su impacto en el medio ambiente y a la vez, ayudando a controlar el polvo en suspensión.

BIODIVERSIDAD

Dada nuestra ubicación y la de nuestras empresas socias y proveedoras, podemos informar que ninguna se encuentra en zonas de protección a la biodiversidad.

Tampoco existe este tipo de terrenos en zonas aledañas, por lo que no se genera impactos significativos en la biodiversidad de los mismos.

Es más, las empresas desarrollan una serie de actividades tendientes a beneficiar la flora y fauna, entre las que destaca: picar restos de poda e incorporarlas en las plantaciones; mantener los caminos húmedos para evitar el polvo en suspensión; plantar cercos vivos y cortinas cortaviento forestales con el objetivo de mantener la flora y fauna, proteger las plantaciones y embellecer el entorno.

Asimismo, dentro del programa de aplicaciones de pesticidas y fertilizantes se considera el uso de productos que no afecten la salud de las personas y no contaminen el medio ambiente, así como se realiza un manejo integrado de plagas, tendientes a proteger la biodiversidad, mediante controles naturales.

EMISIONES y TRANSPORTE

En Valle del Maipo estamos preocupados por el medioambiente y sabemos que en un futuro cercano, pero no inmediato, deberemos calcular nuestra huella de carbono, entendiendo por esta "la totalidad de gases de efecto invernadero - CO2, CH4, SF6, SO2 – emitidos por efecto directo o indirecto de un individuo, organización, evento o producto".

Dentro de nuestros medios hemos logrado determinar que a la fecha no tenemos emisiones de Alcance 1 (esto es controladas por Valle del Maipo) y que nuestras emisiones de Alcance 2 se limitan a las resultantes del proceso de producción y distribución de la energía eléctrica que consumimos para efectos de procesar cerezas y ciruelas.

En tanto que las de mayor envergadura son aquellas de Alcance 3, es decir las derivadas de los Ciclos de Vida (ACV) de los combustibles usados para el transporte de nuestros productos por vía terrestre, área y marítima. Es así como dando cumplimiento parcial a las aspiraciones manifestadas en nuestro reporte 2009, en esta oportunidad podemos desglosar detalladamente nuestras exportaciones aéreas y marítimas.

2012					
TIPO EMBARQUES	DESTINOS	ESPECIE	CANTIDAD DE BULTOS	Nº VIAJES	KG. NETOS
AEREOS	USA/MIAMI	CEREZAS	246	1	1.230
AEREOS	USA / N.Y	CEREZAS	452	1	2.260
AEREOS	HONG KONG	CEREZAS	360	1	1.800
MARITIMOS	USA /PHILADELPHIA	CEREZAS	2.464	2	12.320
MARITIMOS	HONG KONG	CEREZAS	18,952	4	88.800
MARITIMOS	EUROPA/ROTERDAM	PERAS	27.724	9	265.178

2011						
TIPO EMBARQUES	DESTINOS	ESPECIE	CANTIDAD DE BULTOS	Nº VIAJES	KG. NETOS	
AEREOS	USA/MIAMI	CEREZAS	5.182	11	25.910	
AEREOS	USA / N.Y	CEREZAS	3.670	7	18.350	
AEREOS	HONG KONG	CEREZAS	4.721	9	23.600	
MARITIMOS	USA /PHILADELPHIA	CEREZAS	7.568	3	37.840	
MARITIMOS	HONG KONG	CEREZAS	59.232	10	296.160	
MARITIMOS	EUROPA/ROTERDAM	PERAS	14.579	6	142.060	

Exportación de especies por tipo de embarque (cajas)



CUMPLIMIENTO NORMATIVO

Debido al compromiso medioambiental adquirido por Valle del Maipo Chilean Fruit S.A., y cada una de sus cuatro empresas socias, así como al estricto cumplimiento de las normativas establecidas, es que podemos informar que durante 2011 Y 2012, al igual que en años anteriores, no nos han cursado multas ni sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.

Considerando los viajes aéreos de nuestros ejecutivos, que incluyen los traslados a las ferias de Asia y Moscú, la huella de carbono por éstos implican un total de 25,64 toneladas de Dióxido de carbono en 2011 y 18,56 en 2012.

HUELLA DE CARBONO	IDA (Tons Co2)	REGRESO (Tons Co2)	TOTAL (Tons Co2)
2011			
CHILE-HONG KONG	9,28	9,28	18,56
HONG KONG – RUSIA	3,54	3,54	7,08
TOTAL 2011			25,64
2012			
CHILE HONG KONG	9,28	9,28	18,56
TOTAL 2012			18,56



Tabla GRI

	Tabla de Contenidos G3 GRI	
Indicador	Descrip <mark>ci</mark> ón Descripción	Página
1: Estrate	gia y Perfil	
1.1	Declaración de la alta dirección	3 - 4
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades	3 - 4
2: Perfil de	e la Organización	
2.1	Nombre de la organización informante	1, 6, 84
2.2	Marcas, productos y servicios	25
2.3	Estructura operativa de la organización	22
2.4	Ubicación de la casa matriz	84
2.5	Países en los que opera la organización	6
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma legal	13
2.7	Principales mercados de destino	26
2.8	Dimensión de la organización informante	6 – 8
2.9	Principales decisiones adoptadas durante el periodo que cubre la memoria	9, 10, 28
2.10	Premios recibidos en el período reportado	28, 29
3: Paráme	tros del Reporte	
3.1	Periodo que cubre el reporte	3, 9
3.2	Fecha del reporte inmediatamente anterior	9
3.3	Ciclo del reporte	9
3.4	Punto de contacto	84
3.5	Proceso para definir el contenido del reporte	16
3.6	Límites del reporte (países, regiones, divisiones, instalaciones, filiales, etc)	
3.7	Informar sobre alguna limitación en el alcance o límite del reporte	
3.8	Base para reportear sobre Joint ventures, divisiones subsidiarias, operaciones tercerizadas y otras	
3.9	Técnicas para la medición de datos y bases de cálculos	14
3.10	Explicación del efecto de cualquier cambio en la información entregada en los reportes previos	9
3.11	Cambios significativos en el alcance, límites o métodos de medición aplicados en este reporte, respecto del anterior	9, 16
3.12	Tabla indicadora de la localización de la información estándar dentro de la memoria	73
3.13	Políticas y prácticas relacionadas con la búsqueda del aseguramiento externo del reporte	
		7.4

4: Gobi	erno, compromisos e involucramiento	
4.1	La estructura de gobierno de la organización	19
4.2	Función del más alto ejecutivo	29
4.3	Estructura directiva	19
4.4	Participación de accionistas y empleados	19
4.5	Vínculo entre las compensaciones y el desempeño de la organización a los miembros del más alto órgano de gobierno	
4.6	Procedimiento del más alto órgano de gobierno para evitar conflictos de intereses	
4.7	Proceso para determinarlas calificaciones y la experiencia de los miembros del más alto órgano de gobierno para guiar la estrategia de la organización sobre temas económicos, de medio ambiente y sociales	
4.8	Declaraciones de misión y valores	18
4.9	Proceso de los miembros del más alto órgano de gobierno para supervisar la identificación y la gestión del desempeño social, medioambiental y económico de la organización	
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño del más alto órgano de gobierno	
4.11	Explicación si la organización ha adoptado un enfoque o principio precautorio	
4.12	Cartas, princi <mark>pios u otras iniciativas externas de tipo económicas, ambientales y sociales a las cuáles la organización suscribe o apoya</mark>	62, 63
4.13	Membresía en Asociaciones y/o organizaciones nacionales e internacionales de asesoramiento	6, 7, 8, 14, 68
4.14	Lista de grupos de interés involucrados con la organización	14, 15
4.15	Base para la identificación y selección de los grupos de interés	14, 15
4.16	Enfoque del involucramiento con los distintos grupos de interés	14, 15
4.17	Principales cuestiones y asuntos de interés que hayan surgido a través de la participación de los stakeholders	16

	INDICADORES ECONÓMICO FINANCIEROS	
		VALUE OF THE PARTY
Aspect	o: DESEMPEÑO ECONÓMICO	
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costos de explotación; retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	31 – 36
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	32
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	44
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	36
Aspect	o: PRESENCIA EN EL MERCADO	
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	33
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	
Aspect	o: IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS	
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono o en especie.	
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	

	INDICADORES DE PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO	
Aspecto	o: EMPLEO	
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	40
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	40
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosados por actividad principal.	44
Aspecto	: RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES	
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	40
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	
Aspecto	: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO	
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	41
LA7	Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo, por región.	41
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	41
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	
Aspecto	: FORMACIÓN Y EDUCACIÓN	
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado pro categoría de empleado.	43
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continúa que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión de sus carreras profesionales.	43
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	
Aspecto	: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	
Aspecto	: IGUAL REMUNERACIÓN PARA MUJERES Y HOMBRES	
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	

	INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL DERECHOS HUMANOS	
Aspecto	D: PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO	
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empelados formados.	
Aspecto	o: NO DISCRIMINACIÓN	
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	47
Aspecto	o: LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS	
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho de libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	51
Aspecto	D: EXPLOTACIÓN INFANTIL	
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación	49
Aspecto	o: TRABAJO FORZADO	
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	49
Aspecto	D: PRÁCTICAS DE SEGURIDAD	
HR8	Porcentaje de personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	
Aspecto	DERECHOS DE LOS INDIGENAS	
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	51

	INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL SOCIEDAD		
19/51			
Aspecto	: COMUNIDAD		
SO1	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo la entrada, operación y salida de la empresa.	53 - 57	
Aspecto	: CORRUPCIÓN		
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	57	
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización		
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	57	
Aspecto	DE POLÍTICA PÚBLICA		
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".		
SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	Marie .	
Aspecto	: COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL		
S07	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados	Marie of	
Aspecto	: CUMPLIMIENTO NORMATIVO		
S08	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	57	

	INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUC	TOS
Aspect	o: SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE	
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y la seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	59 – 62
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultados de dichos incidentes.	63
Aspect	o: ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	62 – 63
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultados de dichos incidentes.	63
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	25, 27
Aspect	o: COMUNICACIONES DE MARKETING	
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	63
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	63
Aspect	o: PRIVACIDAD DE CLIENTES	
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	No aplica
Aspect	o: CUMPLIMIENTO NORMATIVO	
PR9	Costo de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	63

	INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL	
Aspecto	: MATERIALES	
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen	65
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados	
Aspecto	: ENERGÍA	
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias	69
N4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias	69
N5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	69
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	
N7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	
Specto	: AGUA	
N8	Captación total de agua por fuentes	70
N9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	70
N10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y utilizada.	A COLUMN TO SERVICE AND ADDRESS OF THE PARTY
specto	: BIODIVERSIDAD	
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	70
N12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	70
EN13	Hábitats protegidos o restaurados	
N14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	
N15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenazas de la especie.	No aplica

Aspecto	: EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS	
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	72
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	72
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	THE YEAR
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire, por tipo y peso.	71
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	70
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	67
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	No aplica
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideren peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	No aplica
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	70
Aspecto	: PRODUCTOS Y SERVICIOS	
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	70
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son reciclados al final de su vida útil por categorías de productos.	
Aspecto	: CUMPLIMIENTO NORMATIVO	
EN28	Costo de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental	72
Aspecto	: TRANSPORTE	
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte del personal.	71, 72
Aspecto	: GENERAL	
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales	35, 68

Evaluación Reporte de sostenibilidad 2011-2012 de Valle del Maipo SA

- 1. ¿A cuál grupo de interés pertenece usted?
- Inversionista.
- Cliente.
- Recibidor.
- Proveedor
- Trabajador.
- Comunidad aledaña.
- Estado
- Otro, Indicar:
- 2. ¿cómo le pareció el reporte? (Califique de 1 a 5, siendo 1 el más negativo y 5 el más positivo)
- La información es comprensible (entiendo bien lo que dice)
- Tiene una estructura ordenada (encuentro lo que busco)
- Cuenta con un diseño adecuado (las fotos y los gráficos agregan valor al texto)
- Tiene toda la información que necesito y/o deseo conocer.
- La cantidad de información y número de páginas son adecuados.
- 3. Seleccione y enumere las secciones que tienen más interés para usted en orden de prioridad, donde 1 es la más importante.
- Mensaje del Presidente.
- Dimensión económico financiera
- Prácticas laborales
- Derechos humanos
- Sociedad
- Responsabilidad sobre el producto
- Dimensión medioambiental.
- 4. Le agradeceremos enviarnos cualquier otra sugerencia u opinión sobre el presente reporte:

Valle del Maipo Chilean Fruit S.A.

Parcela Santa Laura del Alto, Lote 48 B Buin, Región Metropolitana Chile Teléfono 56 – 2- 8212017 www.vmexport.cl

Punto de contacto:

Carol Escobedo

calidad@vmexport.cl

Teléfono: 96470205

Dirección: Parcela Santa Laura del Alto,

Lote 48 B

Buin, Región Metropolitana

Chile

Edición y diseño:

Octopus Consultores
Alcántara 200, piso 6
Teléfono (56 – 2) 2370 2935
www.octopusconsultores.cl















