



AREA NARANJA

CAPÍTULOS ÁREA NARANJA

CAPÍTULO 1: GOBERNANZA.

CAPÍTULO 2: PROVEEDORES.

CAPÍTULO 3: PRODUCTORES DE UVA Y VINO.

CAPÍTULO 4: DERECHOS HUMANOS.

CAPÍTULO 5: GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO.

CAPÍTULO 6: TRABAJADORES/COLABORADORES.

CAPÍTULO 7: COMUNIDAD.

CAPÍTULO 8: CLIENTES Y CONSUMIDORES.

CAPÍTULO 9: SUSTENTABILIDAD ECONÓMICA.

CAPÍTULO 10: MEJORA CONTINUA.

PUNTAJE TOTAL:

EP: 544 puntos.

EM-EG: 998 puntos.

CAPÍTULO 1: GOBERNANZA

CAPÍTULO 1.1: GESTIÓN DE LA SUSTENTABILIDAD

CAPÍTULO 1.2: ÉTICA y TRANSPARENCIA.

PUNTAJE TOTAL:
EP: 64 puntos.
EM-EG: 120 puntos.

CAPÍTULO 1.1.- GESTIÓN DE LA SUSTENTABILIDAD.

Principio

Se reconoce como desarrollo sustentable ***“aquel desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”***³. Para esto las viñas deberían responder ante de los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que:

1. Contribuya al desarrollo sustentable, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;
2. Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;
3. Cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento,
4. Esté integrado en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones a lo largo de su cadena de valor.

Requisitos

1. Debe contar con una Política de Sustentabilidad en la cual se reflejen los siguientes aspectos:
Compromiso de la empresa con la sustentabilidad.
Cumplimiento de la legislación nacional vigente.
Debida diligencia y responsabilidad en su cadena de valor comprometiendo a todas las partes implicadas para su cumplimiento.
Identificación y compromiso con sus principales partes interesadas, por ej. Trabajadores, Proveedores, Clientes, Consumidores y Comunidad.
2. Debe adherirse a la declaración de principios del Código de Sustentabilidad como compromiso de la empresa con la sustentabilidad.
3. Debe definir una estrategia de sustentabilidad con objetivos, líneas de acción y metas establecidas. Los objetivos pueden ser de corto, mediano y largo plazo, a través de la definición de pilares o partes interesadas de la empresa.
4. Debe existir un compromiso claro de la alta gerencia o dueños de la empresa con los objetivos de sustentabilidad. Esto permitirá una gobernanza eficaz en la cual se incorporen los principios de la responsabilidad social en la toma de decisiones e implementación de la misma. A su vez, se debe otorgar los recursos necesarios para el desarrollo de los planes de acción, definir responsabilidades según perfil en la organización y finalmente dar una revisión de impacto y alcance de cumplimiento de los mismos objetivos según actividades realizadas.
5. La política de sustentabilidad debe ser difundida y transparentada a los principales grupos de interés declarados por la empresa, mediante al menos 2 medios.

6. Debe existir un responsable a cargo del Código de Sustentabilidad y de la coordinación de las áreas que participan en la implementación del estándar. Se podrá verificar mediante el contrato de trabajo, organigrama, descripción de cargos u otro verificador.
7. Debe contar con algún mecanismo para evaluar el cumplimiento legal en el ámbito ambiental y social y disponer de todos los permisos necesarios, según sea el caso, para el funcionamiento de la empresa, tales como:
 - Certificado de vigencia.
 - Patente comercial.
 - Certificados de autorización del Ministerio de Salud para distintas bodegas.
 - RCA.
 - Resolución Sanitaria (DS 594).
 - Registro de inicio de actividades (SAG).
 - Patente de alcoholes.
 -
8. La empresa debe identificar y analizar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) específicos y sus metas que son aplicables a sus operaciones. Además, deberá analizar cómo puede contribuir al cumplimiento de los ODS identificados.

CAPÍTULO 1.2.- ÉTICA Y TRANSPARENCIA.

Principio

Una declaración de los principios éticos que rigen a la empresa, junto con su posición ante los grupos de interés y las obligaciones y compromisos que se asumirán en materia social, permite humanizar el trabajo de la empresa con sus trabajadores y con su entorno. Esto a su vez, motiva a los empleados, clarifica las normas de acción y valores que sirven de referencia a la hora de tomar decisiones, junto con representar una línea sólida de orientación ética que regula las relaciones de poder al interior de la empresa.

Requisitos

1. La empresa debe contar con un Código de Ética actualizado u otro documento similar, en el cual se establezca su política y sus principios éticos, explicitando los medios y fines de la organización ante la comunidad, los trabajadores y ante sí misma. Este documento debe guiar la relación con el personal, clientes, proveedores, organismos públicos y la comunidad, incorporando requisitos y orientaciones tanto para los empleados permanentes, ejecutivos, personal temporal, proveedores, asesores, contratistas y subcontratistas. El Código de Ética debe ser de público acceso y debe contener como mínimo normas para el manejo de información confidencial y de conducta ética para la toma de decisiones, evaluación y contratación del personal, manejo de conflicto de intereses, compromiso de cumplimiento de las leyes y normativas vigentes, política de prevención de conductas antiéticas, manejo de denuncias, sanciones en caso de incumplimientos y mecanismos de control y responsables. Debe ser conocido por los principales grupos de interés declarados por la compañía, al menos; trabajadores, proveedores, clientes, consumidores y comunidad. De esta manera se logrará su difusión de manera transversal en la empresa.
Debe indicar claramente la prohibición de cualquier tipo de corrupción en general, cohecho y sobornos.
En el caso de pertenecer a un holding o grupo de empresas, se permite la adhesión a un Código de Ética corporativo.
2. El Código de Ética debe ser difundido de manera general, tratando de lograr el mayor alcance posible.
3. Debe capacitar a los trabajadores, tanto permanentes como temporales, en las distintas temáticas que abarca el Código de Ética.
4. Deben existir capacitaciones sobre el código de ética a los altos directivos, ya sean directorios, junta directiva, junta de accionistas u otra figura similar. Si no cuenta con esta figura, deben estar capacitados los trabajadores de alta gerencia.
5. La empresa deberá identificar situaciones, procesos o actividades en las que es más probable que se produzcan actos que falten a la ética, principalmente actos de corrupción, extorsión y soborno. Este análisis puede incorporarse en la matriz de riesgo general de la empresa. En base a la identificación, deberá establecer medidas o acciones para evitar o controlar estos riesgos, las cuales pueden estar contenidas en el Código de Ética o bien en otro documento.

6. Debe contar con un procedimiento que incluya la forma y el canal con el cual se abordarán las denuncias respecto al Código de Ética, incluidas prácticas de corrupción o soborno
7. La empresa, como parte de una estrategia de la transparencia de la información con sus grupos de interés, debe comunicar interna y externamente de manera transparente, aspectos relacionados con el desempeño de la empresa, a través de diversos medios.
8. La empresa, como parte de una estrategia de la transparencia de la información con sus grupos de interés, debe compartir y transparentar la información correspondiente a sus resultados financieros con sus trabajadores.
9. Debe contar con un procedimiento o declaración respecto a los regalos y obsequios que puedan recibir la alta dirección y trabajadores en general. El procedimiento debe ser conocido por todos.

CAPÍTULO 2: PROVEEDORES.

PUNTAJE TOTAL:
EP: 28 puntos.
EM-EG: 44 puntos.

CAPÍTULO 2.- PROVEEDORES.

Principio

La elección de proveedores que operen de manera sustentable y socialmente responsable puede tener un impacto positivo en la reputación de una empresa. Su capacidad para proporcionar suministros confiables y de alta calidad, junto con su enfoque en la sustentabilidad y la innovación, ayuda a consolidar una cadena mejor cadena de suministro.

Requisitos

1. La empresa debe llevar a cabo la identificación de sus proveedores y una evaluación de riesgos documentada, en base a criterios de sustentabilidad ambiental, social y económica.
2. Debe realizar un análisis de sus proveedores en relación al tiempo de despacho, calidad, certificados de calidad y precio.
3. En base a los resultados de la evaluación de riesgo social, se debe verificar que sus proveedores de alto riesgo cumplen los términos contractuales que mantienen con sus trabajadores y con la legislación laboral vigente (pago de imposiciones y el no uso de trabajo infantil), indicando oportunidades de mejora cuando corresponda y en caso de incumplimiento reiterado, se podría llegar a prescindir de sus servicios.
4. Debe contar con todos los contratos o acuerdo escritos que tiene con sus proveedores de servicio. Por ej. Control de plagas, limpieza, reparación y mantenimiento, transporte, gestión de residuos, seguridad, entre otros.
5. Deben existir normas, procedimientos, contratos o políticas internas, que regulen la relación con sus proveedores tanto en el ámbito comercial (pagos, plazos, despachos u otros), como de la sustentabilidad, que permitan difundir los principios de la empresa y generar un efecto cascada en la cadena de suministro
6. Se deben realizar alianzas con sus proveedores críticos, con el objetivo de crear una cultura de sustentabilidad en la cadena de suministro.
7. Debe incorporarse criterios de sustentabilidad en la selección de insumos y servicios.

CAPÍTULO 3: PRODUCTORES DE UVA Y VINO.

PUNTAJE TOTAL:
EP: 0 puntos.
EM-EG: 28 puntos.

CAPÍTULO 3.- PRODUCTORES DE UVA Y VINO.

Principio

La elección de proveedores de materias primas que operen de manera sustentable y socialmente responsable puede tener un impacto positivo en la reputación de una empresa. Al trabajar con proveedores que se preocupan por el medio ambiente y las condiciones de trabajo justas, una empresa puede demostrar su compromiso con la sostenibilidad y la ética empresarial.

Requisitos

1. Debe contar con un Sistema de Gestión de sus proveedores de uva con contrato (independiente de su duración, quedando fuera las compras spot), el cual debe revisar el nivel de cumplimiento de cada uno de ellos, basado en el Anexo 8 para compra de uva.
- La empresa deberá realizar un análisis de los resultados de la revisión y determinar de qué forma trabajará con sus productores. La empresa deberá apoyar a aquellos productores que no cumplan con algún requisito, transfiriéndoles información y/o apoyándoles por distintos medios, para que así puedan resolver los reales y potenciales incumplimientos. Se deberá desarrollar un plan de trabajo general, que muestre el enfoque y la planificación del trabajo para los siguientes años. Se deberá realizar una auditoría al 100% de los productores del sistema, en cualquier momento del ciclo de certificación (3 años), debiendo ser presentada la evidencia en la auditoría de certificación o recertificación. Si el productor cuenta con un certificado del CS, no será necesario realizar una auditoría, pero la viña deberá presentar esta evidencia al OC.

Para evidenciar la implementación del Sistema de Gestión (SG), el OC auditará a un % del resultado de la raíz cuadrada del número total de productores del SG, como muestra la siguiente tabla. El resultado se ajustará siempre al entero superior cuando el porcentaje aplicado entregue un número decimal, mayor o igual a 0.5.

Cantidad de productores	% a auditar por el OC
1-13	100% de $\sqrt{}$
14-65	80% de $\sqrt{}$
+65	70% de $\sqrt{}$

Ejemplos:

- Caso 1: Si la viña cuenta con 13 productores, la raíz cuadrada da como resultado 3.6, por lo tanto, el OC auditará 4 productores.
- Caso 2: Si la viña cuenta con 65 productores, la raíz cuadrada es 8.06, por lo tanto, se consideran 8 productores para el cálculo. De este número se auditará el 80% que corresponde a 5.6, siendo auditados 6 productores.
- Caso 3: Si la viña cuenta con 100 productores, la raíz cuadrada obtenida es 10, por lo tanto, se consideran 10 productores para el cálculo. De este número se auditará el 70% que corresponde a 7, siendo auditados 7 productores.

2. Deberá entregar información técnica relacionada con el CS, a sus proveedores spot o de compras puntuales, tanto de vino como de uva y enviarles la Declaración de Principios del Código de Sustentabilidad compra de uva y vino (Anexo 10), la cual debe ser firmada por el proveedor.
3. En el caso de compra de vino con contrato igual o mayor a 2 años, deberá solicitar el certificado de sustentabilidad de la viña a quien le compra y si ésta no estuviese certificada la empresa en proceso de certificación, deberá auditar previa compra, el nivel de cumplimiento del Anexo 9 para compra de vino. La empresa deberá realizar un análisis de los resultados de la revisión y determinar de qué forma trabajará con sus proveedores. La empresa deberá apoyar a aquellos que no cumplan con algún requisito, transfiriéndoles información y/o apoyándoles por distintos medios, para que así puedan resolver los reales y potenciales incumplimientos. Se deberá desarrollar un plan de trabajo general, que muestre el enfoque y la planificación del trabajo para los siguientes años.

CAPÍTULO 4: DERECHOS HUMANOS.

PUNTAJE TOTAL:
EP: 56 puntos.
EM-EG: 80 puntos.

CAPÍTULO 4.- DERECHOS HUMANOS.

Principio

Los derechos humanos son reconocidos en todo tipo de organización, como aquellos derechos que le corresponden a cualquier ser humano por el simple hecho de serlo. El reconocimiento y respeto de los derechos humanos es un pilar fundamental del buen comportamiento de las empresas, considerados como esenciales tanto a nivel de legalidad como por concepto de equidad y justicia social. Ante esto, las organizaciones deben respetar, proteger, cumplir y hacer cumplir por sus partes interesadas estos derechos fundamentales en toda su esfera de influencia.

Requisitos

1. Se debe verificar que dentro de la empresa no hay ningún niño trabajando debajo de la edad mínima legal (15 años), de acuerdo a la legislación nacional vigente y lo establecido en los Convenios de la OIT y las Convenciones de las Naciones Unidas.
La verificación puede ser a través de un procedimiento que considere la revisión de las edades de las nuevas contrataciones a través de las cédulas de identidad y la capacitación a los gerentes o encargados de recursos humanos; junto con auditorías internas, aplicando medidas correctivas si corresponde.
Esto considera a los subcontratistas, agencias de selección de personal y proveedores de servicio, si existiesen.
2. En caso de existir trabajo juvenil en la empresa (entre 15 y 17 años), para prácticas estudiantiles, por ejemplo, se debe cumplir con lo establecido en la legislación nacional vigente, la que establece una serie de normas y protecciones especiales para los jóvenes trabajadores menores de 18 años. Algunas de las principales disposiciones son las siguientes:
 - Edad mínima para trabajar: La edad mínima para trabajar es de 15 años, con autorización de sus padres o tutores legales para poder trabajar.
 - Jornada laboral: Los jóvenes trabajadores menores de 18 años tienen una jornada de trabajo reducida en comparación con los adultos. No pueden trabajar más de 8 horas al día ni más de 40 horas a la semana.
 - Descanso y horas nocturnas: Los adolescentes tienen derecho a un descanso de al menos 30 minutos si trabajan más de 4 horas continuas. Además, se prohíbe que trabajen durante la noche, es decir, entre las 22:00 y las 7:00 horas.
 - Trabajos peligrosos: Prohíbe a los jóvenes trabajar en ciertos trabajos que se consideran peligrosos o que pueden ser perjudiciales para su salud y seguridad.
 - Salud y seguridad en el trabajo: Los jóvenes trabajadores tienen derecho a un ambiente de trabajo seguro y saludable. Los empleadores deben tomar las medidas necesarias para proteger su bienestar físico y emocional.
 - Educación y trabajo: Establece que el trabajo no debe interferir con su asistencia regular a clases
 - Contrato de trabajo: Los jóvenes que trabajan tienen derecho a un contrato de trabajo por escrito, que debe incluir las condiciones de empleo, salario, jornada laboral y otros detalles importantes.

3. Se debe establecer un plan para remediación en casos de trabajo infantil, trabajo juvenil que no cumple lo estipulado en la legislación, discriminación, violencia, acoso en el trabajo y cualquier infracción a los derechos humanos. El plan debe indicar soluciones y medidas para corregir los problemas detectados. En el plan debe: identificar el origen, identificar soluciones, establecer un encargado de la ejecución, asignar presupuesto, definir la estrategia y monitorear la implementación. La confidencialidad de la información es fundamental.
4. No se debe discriminar ni apoyar la discriminación, incluyendo la cadena de suministro, con respecto a: género, orientación sexual, edad, raza, credo religioso, opción política, nacionalidad o condición de inmigrante, discapacidad, origen social o por cualquier otro motivo ajeno a las labores que debe desempeñar en el cargo o perfil en cuestión. De esta manera se asegura de respaldar y respetar lo propuesto por el Estado, referente a la inclusión laboral de grupos más vulnerables.
5. Se debe prevenir y sancionar el acoso laboral y sexual y la violencia. De esta manera la empresa respeta la dignidad de las personas y da a conocer esto como un valor fundamental de los derechos humanos.
6. La empresa debe declarar, que, de acuerdo a la legislación vigente, no existe trabajo forzoso, trata de personas, explotación, formas de esclavitud moderna, uso de castigos corporales, coerción mental o física, abusos verbales y/o trato inhumano de sus trabajadores.
7. Al contratar personas inmigrantes, debe asegurarse de cumplir la legislación laboral vigente.

El contrato de trabajo para extranjeros debe firmarse en Chile, ante Notario Público y debe contemplar, además de las estipulaciones mínimas del Código del Trabajo, cláusulas indicadas en el Anexo 4.

8. Se debe establecer un canal de denuncia sobre derechos humanos y condiciones laborales (trabajo infantil, forzoso, discriminación, violencia, acoso en el trabajo, entre otros). Las denuncias se deben analizar y gestionar y compartir sus resultados con las personas involucradas en un plazo de tiempo razonable.

El canal debe estar disponible para personas internas y externas a la empresa, aceptando quejas anónimas, respetando la confidencialidad y tener una persona a cargo. Las denuncias sobre derechos humanos y laborales se deben remediar de acuerdo al plan de remediación solicitado en el requisito 4.3.

Debe comunicarse a los trabajadores la existencia del canal, su funcionamiento y cómo es el proceso, indicando claramente que no habrá sanciones ni represalias por efectuar denuncias.

CAPÍTULO 5: GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO.

CAPÍTULO 5.1: GESTIÓN AMBIENTAL.

CAPÍTULO 5.2: CAMBIO CLIMÁTICO.

PUNTAJE TOTAL:
EP: 36 puntos.
EM-EG: 88 puntos.

CAPÍTULO 5.1.- GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMATICO – GESTIÓN AMBIENTAL.

Principio

La empresa debe tener conciencia de los efectos positivos y negativos que el desarrollo de sus actividades genera en el medio ambiente, la salud de sus trabajadores y el entorno social, comprometiendo todas las áreas de su organización en el cumplimiento de la legislación medioambiental.

Requisitos

1. Debe contar con un diagnóstico de los principales impactos ambientales, positivos y negativos, causados por las actividades de la empresa, el cual debe ser actualizado mínimo cada 3 años o por cualquier cambio relevante que pueda afectar el diagnóstico. Éste debe incluir indicadores cuantitativos.
2. Debe gestionar los residuos sólidos y peligrosos generados en la/s oficina/s, considerando el manejo, almacenamiento y disposición final e identificando acciones a reducir y/o valorizar.
3. Se debe promover el uso de buenas prácticas ambientales en la fase de post consumo, normalmente asociado al reciclaje.
4. Se debe realizar una mantención periódica de los vehículos de la empresa para prevenir fugas y disminuir emisiones. Adicionalmente, es importante estimular a los empleados a hacer lo mismo con sus propios vehículos.
5. Se deben incorporar criterios de sustentabilidad en la compra de vehículos de la empresa.
6. Se debe involucrar a los trabajadores de la empresa en el ahorro de energía y agua a través de sensibilización, capacitación y/o entrega de información sobre el manejo de estos recursos al interior de la empresa.

CAPÍTULO 5.2.- GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMATICO - CAMBIO CLIMÁTICO.

Principio

Algunos contaminantes atmosféricos, como el dióxido de carbono (CO₂) y otros gases de efecto invernadero, contribuyen al calentamiento global y el cambio climático. La quema de combustibles fósiles y otras actividades humanas liberan grandes cantidades de CO₂, lo que causa un aumento en la temperatura global y provoca fenómenos climáticos extremos, como sequías más intensas, huracanes y olas de calor.

1. Debe llevar un registro del tipo y cantidad de refrigerantes recargados por ampliación de la instalaciones, rotura o fuga en los equipos de refrigeración y aire acondicionado. Deberá, además, indicar el Potencial de Agotamiento de la Capa de Ozono (PAO) y Potencial de Calentamiento Global (PCG) de cada uno de ellos.

El Potencial de Agotamiento de la Capa de Ozono (PAO) es una medida que indica el impacto que un compuesto químico tiene en la destrucción de la capa de ozono en la estratosfera. La unidad utilizada para medir el PAO es el Potencial de Agotamiento de Ozono (PAO), y se compara con el PAO del clorofluorocarbono (CFC-11), que se toma como referencia con un PAO de 1. Los compuestos con un PAO más alto tienen un mayor impacto en la degradación de la capa de ozono.

El Potencial de Calentamiento Global (PCG) es una medida que evalúa el potencial de un gas para contribuir al calentamiento global en comparación con el dióxido de carbono (CO₂), que tiene un PCG de 1. El PCG se expresa en términos de equivalente de CO₂ (eCO₂). Los gases de efecto invernadero, como el dióxido de carbono, el metano y el óxido nitroso, atrapan el calor en la atmósfera y contribuyen al calentamiento global. El PCG de un gas indica cuántas veces más potente es su capacidad para atrapar el calor en comparación con el CO₂, en un período de tiempo específico (generalmente se utiliza un horizonte de 20, 100 o 500 años).

En resumen, tanto el Potencial de Agotamiento de la Capa de Ozono (PAO) como el Potencial de Calentamiento Global (PCG) son herramientas importantes para evaluar el impacto ambiental de los refrigerantes y otros gases utilizados en diversas aplicaciones. Estas medidas ayudan a identificar y promover el uso de sustancias más amigables con el medio ambiente y con menor impacto en la degradación de la capa de ozono y el calentamiento global.

2. En base a lo determinado en el requisito anterior, se deben realizar mejoras en la eficiencia de los sistemas de refrigeración y/o aire acondicionado. Aplica a mejoras realizadas en los últimos 5 años.
3. Debe realizar un mantenimiento periódico de los equipos de control de temperatura, ya sea de refrigeración o aire acondicionado, para evitar fugas y recarga de refrigerantes.

4. Debe mantener un indicador de la intensidad de GEI, según metodología confiable: Norma ISO 14064-1:2019, ISO 14067-1:2019 o GHG Protocol. El indicador puede estar expresado en:

- toneladas de CO2 equivalente/ha.
- toneladas de CO2 equivalente/tonelada de uva.
- toneladas de CO2 equivalente/litro de vino.
- toneladas de CO2 equivalente/botella de vino.
- toneladas de CO2 equivalente/caja de vino.

Nota: - Aplicable desde la primera auditoría de control, del primer ciclo.

5. Debe existir un plan con metas concretas y acciones implementadas, que permitan disminuir y/o compensar la emisión de gases efecto invernadero, como mínimo en las categorías o alcances 1 y 2, según metodología confiable: Norma ISO 14064-1:2019, ISO 14067-1:2019 o GHG Protocol.

Existen diversas medidas reconocidas como un aporte efectivo a la reducción de gases de efecto invernadero (GEI) que contribuyen al calentamiento global:

- Cubiertas vegetales
- Incorporación de restos vegetales en suelo
- Utilización de fertilizantes orgánicos
- Racionalización y mejora de la eficiencia del uso del nitrógeno
- Reducir la dependencia de combustibles fósiles y aumentar el uso de energías renovables
- Eficiencia energética: Uso de tecnologías más eficientes, mejora del aislamiento térmico y adopción de vehículos de bajas emisiones son importantes.
- Proteger la biodiversidad existente y promover la reforestación con especies nativas.
- Adopción de prácticas agrícolas regenerativas con el objetivo de reducir las emisiones de gases como el metano y el óxido nitroso.
- Tecnologías de captura y almacenamiento de carbono.

El plan debe ser coherente con las fuentes de emisión que ha determinado y cuantificado, asignando un presupuesto, responsables y plazos. Debe ser actualizado cada año, si es que existe un cambio importante en el nivel productivo o de gestión, sino el tiempo de actualización corresponderá cada 3 años.

La meta de reducción debe establecer como mínimo un 5% respecto al año base, la cual se debe ir ajustando en las actualizaciones del plan. En el caso de empresas certificadas el año base lo debe definir la empresa y puede mostrar como evidencia la evolución de la reducción o bien justificar claramente porque no se ha podido reducir en determinado año. En el caso de empresas que certifican por primera vez, el año base será en el cual se realizó el diagnóstico.

CAPÍTULO 6: TRABAJADORES/COLABORADORES.

CAPÍTULO 6.1: INCLUSIÓN Y EQUIDAD DE GÉNERO.

CAPÍTULO 6.2: PARTICIPACIÓN EN LA GESTIÓN DE LA EMPRESA.

CAPÍTULO 6.3: RELACIÓN CON GRUPO DE TRABAJADORES ORGANIZADOS.

CAPÍTULO 6.4: CONTRATOS, REMUNERACIONES Y JORNADA DE TRABAJO.

CAPÍTULO 6.5: BENEFICIOS ADICIONALES.

CAPÍTULO 6.6: PERSONAL SUBCONTRATADO.

CAPÍTULO 6.7: DESARROLLO PROFESIONAL.

CAPÍTULO 6.8: SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL.

CAPÍTULO 6.9: CONDICIONES DE TRABAJO Y VIDA SALUDABLE.

CAPÍTULO 6.10: DESPIDO Y JUBILACIÓN.

PUNTAJE TOTAL:

EP: 160 puntos.

EM-EG: 308 puntos.

CAPÍTULO 6.1.- TRABAJADORES/COLABORADORES –INCLUSIÓN Y EQUIDAD DE GÉNERO.

Principio

No debe existir discriminación hacia ningún tipo de personas, entregándoles a todos por igual, las mismas oportunidades de desarrollo profesional y seguridad laboral.

Requisitos

1. La empresa debe identificar los grupos vulnerables dentro de su empresa y en base a esta información facilitar su inclusión y protección, designando trabajos asignados no representan un peligro potencial para ellos. Se entiende por grupos vulnerables, al conjunto o subconjunto de personas con una determinada característica o condición física, social, política o económica, que hace que el grupo esté mayormente expuesto a riesgos sociales, económicos o ambientales, derivados de las operaciones de una organización. Son grupos vulnerables, entre otros, los niños y jóvenes, los ancianos, las personas con discapacidad, las personas desplazadas internamente, los refugiados o refugiados repatriados, las familias afectadas por el VIH/SIDA, los pueblos indígenas y las minorías étnicas. Las vulnerabilidades e impactos pueden variar en función del sexo. La información debe resguardarse y ser confidencial.
2. Se debe facilitar la inclusión laboral del personal con algún tipo de discapacidad, sin que esto afecte los procesos productivos. Esto se puede demostrar mediante una política, que es conocida por los trabajadores o bien casos reales. Se debe considerar que el tipo de trabajo asignado, no debe representar un peligro potencial para el personal contratado o para el resto de sus compañeros de trabajo.

Discapacidad se define según la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, como: Deficiencia física, intelectual o sensorial a largo plazo que, al interactuar con diversas barreras, puedan impedir su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás.

3. Las instalaciones deben permitir que personas con discapacidad, puedan acceder a las instalaciones y desempeñarse laboralmente. Esto no sólo considera movilidad reducida, sino también discapacidades visuales, auditivas, entre otras
4. Debe existir un compromiso con la equidad de género a través de un compromiso formal o política de la empresa y llevar indicadores para medir los resultados de su implementación.
Estos indicadores son:
 - a) Porcentaje de mujeres en distintos niveles de la compañía (directores, ejecutivos, trabajadores)
 - b) Relación entre remuneraciones de hombres y mujeres a los distintos niveles de la compañía.

Si los resultados de los indicadores no se condicen con el compromiso formulado, deberá implementar un plan de acción para lograr las metas propuestas.

CAPÍTULO 6.2.- TRABAJADORES/COLABORADORES – PARTICIPACIÓN EN LA GESTIÓN DE LA EMPRESA.

Principio

Al ser los trabajadores el principal activo de la empresa, ésta debe estimularlos a presentar sugerencias que permitan mejorar los procesos internos, a que tomen iniciativas y asuman la responsabilidad personal por los resultados.

Requisitos

1. Deben existir canales de comunicación entre los ejecutivos o dueños de la empresa y los trabajadores, para tratar temas de beneficio mutuo, incentivos y ambiente laboral.
2. Se deben establecer mecanismos para incorporar las ideas, sugerencias y reclamos de los trabajadores en la gestión general de la empresa. Se puede aprovechar estos mecanismos con el objetivo de buscar en conjunto otras maneras de mejorar la gestión.

CAPÍTULO 6.3.- TRABAJADORES/COLABORADORES – RELACIÓN CON GRUPO DE TRABAJADORES ORGANIZADOS.

Principio

La organización y sindicalización de los trabajadores es un derecho, y como tal, se debe facilitar la existencia de este tipo de organizaciones y procurar una buena relación que ayude a las buenas relaciones y ambiente laboral en la empresa.

Requisitos

1. Los trabajadores deben conocer su derecho a asociarse libremente en sindicatos u otro tipo de organización y de realizar negociaciones colectivas o individuales. Para ello, se debe establecer en una declaración formal a través una política, el reglamento interno o el código de ética. En el caso de empresas pequeñas se acepta como medio de verificación, la comunicación verbal.

Nota: - El Comité Paritario de Higiene, Salud y Seguridad, no es considerado como una asociación de trabajadores y no es válido para efectos de este requisito.

2. De existir algún tipo de organización de trabajadores, sus integrantes deben tener el acceso de elegir libremente a sus representantes y dirigentes.
3. No se debe realizar ningún tipo de discriminación, acoso, intimidación o represalia, a quienes formen parte de los sindicatos, asociaciones u otras formas de organización de los trabajadores.

CAPÍTULO 6.4.- TRABAJADORES/COLABORADORES – CONTRATOS, REMUNERACIONES Y JORNADA DE TRABAJO.

Principio

Es importante que los trabajadores se seleccionen de acuerdo a un proceso objetivo y transparente, que se establezcan relaciones laborales de acuerdo a la legislación laboral vigente, tales como la jornada de trabajo, horas extras, imposiciones, entre otros; demostrando la ausencia de empleo precario. Además, que reciban un sueldo digno, que les permita satisfacer sus necesidades básicas de alimentación, ropa y vivienda, así como para proporcionar ingresos necesarios para ellos y su grupo familiar

Requisitos

1. La empresa debe contar con un proceso de selección y contratación de personal objetivo y transparente, manteniendo los registros respectivos. Esto debe ser demostrado a través de un procedimiento que describa los cargos que requieran este proceso de selección.
2. **Independientemente del régimen al cual pertenece los trabajadores, sean estos contratados o subcontractados, permanentes o temporales, deben contar con un contrato de trabajo vigente y recibir una remuneración que cumpla como mínimo lo estipulado en la legislación laboral vigente. A su vez se deben realizar los pagos y descuentos legales correspondientes según lo estipule la misma ley.**

(De acuerdo al Estudio de Compensaciones 2023, realizado por la empresa consultora LGV, los sueldos pagados por el sector vitivinícola en todos los casos, son superiores al mínimo legal vigente y en promedio, superiores a lo pagado por otras empresas del sector agroindustrial. Esta referencia de una fuente independiente, debería tomarse en cuenta al establecer las remuneraciones de sus colaboradores.)

3. Se debe respetar las jornadas de trabajo establecidas en el contrato, de acuerdo a legislación nacional vigente. Las horas podrán superar las legalmente establecidas en cualquier período de siete días y en circunstancias excepcionales, cuando el empleador pueda demostrar que ocurren estas circunstancias como por ejemplo un peak de producción y se cuente con el consentimiento de los trabajadores. De acuerdo a la legislación vigente, la jornada laboral no puede distribuirse en más de seis días en la semana.
4. Se debe considerar el pago de horas extras cuando se excede la jornada de trabajo establecida en el contrato y estas se han acordado de manera conjunta entre el empleador y el trabajador. Se deben pagar de acuerdo a lo establecido en la legislación laboral vigente.
5. Se debe respetar según lo estipula la normativa legal vigente, el derecho a vacaciones de sus trabajadores.
6. Se debe respetar el permiso de pre y postnatal parental según lo estipulado en la legislación vigente.

7. Las mujeres embarazadas, en período de lactancia y trabajadores jóvenes no deben realizar trabajos potencialmente peligrosos.
8. La empresa debe contar con el Reglamento Interno de Higiene y Seguridad o de Orden, Higiene o Seguridad, según el número de trabajadores. Este debe contener como mínimo lo estipulado en el Código del Trabajo, lo cual incluye obligaciones, prohibiciones, normas, procedimientos y sanciones, para garantizar un ambiente laboral digno y de mutuo respeto entre los trabajadores.

CAPÍTULO 6.5.- TRABAJADORES/COLABORADORES - BENEFICIOS ADICIONALES.

Principio

Los beneficios adicionales para los trabajadores son un aspecto importante para mejorar su calidad de vida y fomentar un ambiente laboral positivo. Estos beneficios van más allá de la remuneración y las prestaciones básicas, y pueden tener un impacto significativo tanto en la satisfacción y motivación de los trabajadores como en el rendimiento y la productividad de la empresa.

Requisitos

1. Se debe otorgar flexibilidad laboral que permita que los trabajadores puedan equilibrar su vida personal y profesional, implementando acciones como horarios flexibles para madres o padres con hijos pequeños, teletrabajo, permiso después de un viaje por trabajo, permiso para atención de un familiar enfermo, apoyo para el cuidado de los niños, ambiente privado para la lactancia, días administrativos, cumpleaños, días adicionales por nacimiento o fallecimiento, entre otros.
2. Se debe implementar un sistema de remuneraciones que considere aumentos salariales o beneficios económicos adicionales, de acuerdo a lineamientos definidos. Estos beneficios adicionales pueden incluir bonos variables de acuerdo a desempeño y rendimiento o el apoyo a la educación de los hijos de sus colaboradores, entre otros.
3. Se debe considerar e implementar la entrega de condiciones especiales de trabajo y beneficios adicionales a los legales, a las trabajadoras embarazadas o padres con hijos recién nacidos. Estos beneficios se deben acordar previamente en conjunto con los trabajadores de la empresa. Puede ir en concordancia con lo dispuesto en el requisito 6.5.1.
4. Deben considerarse seguros de salud complementario, dental o de vida para sus trabajadores y los hace extensivos a sus familias.
5. La empresa debe ofrecer algún tipo de facilidad para que sus trabajadores puedan cumplir algunas obligaciones justificadas. Para ello se puede utilizar sistemas flexibles de permisos y beneficios adaptados a las diversas necesidades del personal, que no impliquen descuentos monetarios o uso de días de vacaciones.

CAPÍTULO 6.6.- TRABAJADORES/COLABORADORES – PERSONAL SUBCONTRATADO.

Principio

El bienestar de los trabajadores subcontractados es muy importante, por lo tanto, se debe procurar que las empresas externas que provean este tipo de fuerza laboral, cumplan con toda la legislación laboral vigente y tengan un sistema de remuneraciones y beneficios similares a los que tiene el personal contratado por la propia empresa.

Requisitos

1. La empresa debe contar con todos los contratos, acuerdos comerciales o convenios actualizados que tiene con sus subcontractistas de personal y/o agencias de selección de personal.
2. Se debe solicitar a las empresas subcontractistas que garanticen el cumplimiento de las leyes laborales. Esto puede ser, por ejemplo, a través de los contratos. La empresa deberá, además, aplicar el procedimiento de verificación de trabajo infantil con que cuente, al momento de revisar la documentación del subcontractista y también de manera presencial en las diferentes instalaciones y campos.
Adicionalmente, la viña debe ofrecer a los trabajadores subcontractados, condiciones de trabajo, seguridad y capacitación, similares a las ofrecidas a sus trabajadores directos.

CAPÍTULO 6.7.- TRABAJADORES/COLABORADORES – DESARROLLO PROFESIONAL Y EMPLEO.

Principio

El desarrollo profesional de los trabajadores va en directo beneficio de la gestión de la empresa y por lo tanto se debe estimular y facilitar su formación continua, mediante actividades de capacitación que permitan un mejoramiento permanente de sus habilidades y conocimientos.

Requisitos

1. Se debe capacitar y formar continuamente a sus trabajadores, de manera interna o con apoyo externo. Para ello, se debe contar con un plan de capacitación y como resultado de la ejecución de éste, debe haber un indicador de horas promedio de capacitación por trabajador al año.
2. Debe existir evidencia de capacitaciones de los trabajadores y dueños de las empresas en temas agrícolas y enológicos, según corresponda.
3. La empresa debe contar con un diagnóstico de competencias laborales de su personal y en base al resultado certificarlas con los perfiles laborales nacionales vigentes, a través de un centro acreditado por CHILEVALORA. Si los trabajadores no aprueban la certificación, se deben crear capacitaciones que ayuden a disminuir las brechas encontradas.
4. Debe existir medidas concretas, que permitan a quienes lo requieran, terminar con su educación básica y/o media, o bien continuar desarrollándose profesionalmente.
5. Debe existir un procedimiento para la movilidad interna de los trabajadores, privilegiando su ascenso o contratación cuando se cumpla con el perfil requerido.
6. Debe haber un sistema que estimule y reconozca el desempeño sobresaliente de sus empleados.

CAPÍTULO 6.8.- TRABAJADORES/COLABORADORES – SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL. (ESTE CAPÍTULO PUEDE SER ABORDADO DE MANERA CONJUNTA CON LAS ÁREAS VERDE Y NARANJA Y SER AUDITADO UNA SOLA VEZ EN LA AUDITORÍA DE ÉSTA ÁREA).

Principio

Es importante dentro de la cultura organizacional, el cuidado de la salud, la seguridad y el bienestar de sus trabajadores, por esta razón se debe procurar condiciones de trabajo adecuadas, en un ambiente saludable, seguro y libre de contaminación.

Requisitos

1. La empresa debe implementar un programa de acciones orientado a la salud y seguridad ocupacional de sus trabajadores, que considere las condiciones sanitarias y ambientales en las instalaciones y espacios de trabajo, incluyendo por ejemplo la calidad del aire, temperatura, iluminación, entre otros. Este programa debe incluir obligatoriamente un análisis de riesgos y considerar la capacitación y formación como elementos centrales para la prevención.
2. Debe conocer los riesgos e informarlos a sus trabajadores.
3. En base a los riesgos identificados en el punto 6.8.2, se deben tomar todas las medidas para reducir la ocurrencia de accidentes laborales y asegurar en todo momento que se cumplen las condiciones de trabajo seguro, en un ambiente sano y libre de contaminación.
4. Se debe contar con una política de salud y seguridad ocupacional en la empresa.
5. Si la empresa cuenta con más de 100 trabajadores, tiene la obligación de contar con un Departamento de Prevención de Riesgos Profesionales, que debe ser dirigido por un Experto en Prevención, con las características y jornadas que establece el D.S. 40, del Ministerio del Trabajo y Previsión Social. Las empresas que no están obligadas a establecer un Departamento de Prevención de Riesgos, deberán llevar la información básica para el cómputo de las tasas de frecuencia y de gravedad.
Cuando trabajen más de 25 personas deberán funcionar uno o más Comités Paritarios de Higiene y Seguridad.
Entre 10 y 24 trabajadores se recomienda contar con una persona dentro de la empresa que esté capacitada en temas de salud y seguridad.
6. La empresa debe contar con botiquines de primeros auxilios en las instalaciones y se deben reemplazar los elementos vencidos cuando corresponda. Deben ser accesibles en los lugares de trabajo permanentes y en caso de faenas puntuales, pueden moverse a estos sitios. Los elementos básicos de un botiquín son:

Jabón.

Algodón.
Guantes de procedimiento.
Suero fisiológico.
Gasas.
Apósitos estériles.
Vendas.

7. Los trabajadores deben tener la posibilidad de participar en las discusiones sobre condiciones de trabajo, salud y seguridad. Este requisito considera el trabajo del Comité Paritario o bien otro grupo organizado.
8. La empresa debe tener normas o procedimientos a seguir en caso de accidentes y medidas de higiene para las operaciones y el funcionamiento de la empresa. Esto con el objetivo de apuntar a desarrollar sus actividades con las medidas de seguridad adecuadas.
9. Deberá contar con al menos una persona, con entrenamiento en primeros auxilios (Referencia: una persona por cada 50 trabajadores). Deberá contar con el certificado o documento similar, que verifique su capacitación. En el caso de empresas pequeñas que cuenten con menos de 5 trabajadores, aplicará sólo contar con botiquín.
10. Se debe contar con un registro de todos los incidentes, enfermedades profesionales y accidentes relacionados con la empresa. Los accidentes, por su parte, deben contar con la documentación de las investigaciones y del seguimiento a las acciones correctivas. Se debe mantener el registro de la tasa de accidentabilidad.
11. En el caso que se requiera proporcionar vivienda o alojamiento a algunos trabajadores, se debe asegurar que éste se entregue con condiciones de higiene y habitabilidad óptimas (Ej.: limpio, seguro, con acceso a luz natural y agua, iluminación, ventilación, calefacción, instalaciones sanitarias limpias, mobiliario para dormir y descansar, entre otros). Se debe prestar especial atención a los trabajadores vulnerables identificados en el capítulo de derechos humanos.

CAPÍTULO 6.9.- TRABAJADORES/COLABORADORES – CONDICIONES DE TRABAJO Y VIDA SALUDABLE.

Principio

El tener buenas condiciones de trabajo y un estilo de vida saludable, ayuda a mejora la calidad de vida de las personas.

Requisitos

1. Se debe realizar al menos cada tres años, encuestas sobre el clima laboral al interior de la empresa y sus resultados deben servir para tomar acciones concretas, que permitan mejorar continuamente este aspecto.
Luego del primer ciclo de certificación, la evaluación se debe dirigir al 100% de los trabajadores permanentes.
2. La empresa debe contar con un programa de prevención y tratamiento para dependencias de drogas y alcohol, estableciendo los procedimientos a aplicar en estos casos. Estos procedimientos pueden considerar el apoyo de instituciones u organizaciones públicas o privadas.
3. Se debe incentivar el estilo de vida saludable y la salud preventiva de sus trabajadores. Esto puede considerar talleres de salud y nutrición, asesoría de salud y nutrición, prácticas que se retribuyen al trabajador y que tienen relación con un estilo de vida saludable, opciones de alimentación saludable en casino o estaciones de snacks, acceso a equipo médico en las instalaciones de la empresa.

CAPÍTULO 6.10.- TRABAJADORES/COLABORADORES – JUBILACIÓN Y DESPIDOS.

Principio

La seguridad laboral es muy importante para el desarrollo de sus trabajadores y la empresa, por esta razón, en caso de producirse desvinculaciones, deben realizarse de manera fundada y reconociendo los años de servicio.

Requisitos

1. Debe existir la posibilidad de que trabajadores puedan optar a la desvinculación voluntaria, obteniendo beneficios adicionales a los legales. Esto puede estar expresado en una política o bien comunicado a sus trabajadores. Los lineamientos para optar a esta opción deben ser definidos por la empresa.
2. La empresa deberá considerar beneficios adicionales para la jubilación. Los lineamientos para optar a esta opción deben ser definidos por la empresa.

CAPÍTULO 7: COMUNIDAD.

PUNTAJE TOTAL:
EP: 12 puntos.
EM-EG: 48 puntos.

CAPÍTULO 7.- COMUNIDAD.

Principio

La responsabilidad social de las empresas abarca su entorno local, y por lo tanto deben contribuir al desarrollo de las comunidades en las que se insertan, integrando a sus actividades, todas las externalidades que se generan en el ámbito social, ambiental y económico.

Requisitos

1. La empresa debe identificar a su (s) comunidad (es) local y evaluar los impactos producidos sobre ella (s) debido a sus actividades productivas. Una vez realizado este proceso, se debe utilizar su resultado para el desarrollo e implementación de un plan de acción con la misma.

Nota: - Para las empresas ya certificadas, es obligatorio contar con un plan implementado.

La comunidad local se define como: Personas o grupos de personas que viven o trabajan en áreas que se ven afectadas (positiva o negativamente) desde el punto de vista económico, social o ambiental por las operaciones de la organización. La comunidad local puede estar formada por personas que viven en áreas adyacentes a las operaciones o bien en asentamientos aislados de las operaciones que pueden verse impactados por dichas operaciones.

2. La empresa debe identificar y conocer a su (s) comunidad (es) local y establece canales de comunicación que permitan el involucramiento con ella.
3. Debe contar con un/a responsable de canalizar labores relacionadas con los proyectos de apoyo a la comunidad, que permita ayudar a la planificación y ejecución de estos proyectos.
4. La empresa debe ayudar al desarrollo de la comunidad a través de la realización de proyectos concretos o con la vinculación en directa en proyectos de la comunidad propiamente tal.
5. Se deberán establecer convenios con escuelas públicas, liceos técnico-profesionales o universidades, para apoyar la labor educativa de estas instituciones y la formación de sus alumnos
6. Se deberá facilitar la participación de los trabajadores y colaboradores en proyectos con la comunidad local.
7. Se deben implementar canales de comunicación con la comunidad que permitan el involucramiento con la misma. A través de estos canales es posible dar cuenta de cuáles son las expectativas e intereses de la comunidad con la empresa.

8. Como parte del esfuerzo por cooperar en el desarrollo de la comunidad cercana a la empresa, se deberá dar preferencia a la contratación de proveedores y servicios locales, siempre y cuando estos estén disponibles y cumplan con los requisitos que busca la empresa.

CAPÍTULO 8: CLIENTES Y CONSUMIDORES.

CAPÍTULO 8.1: SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD.

CAPÍTULO 8.2: MARKETING Y COMUNICACIÓN.

CAPÍTULO 8.3: COMUNICACIÓN CON CLIENTES Y CONSUMIDORES.

CAPÍTULO 8.4: CONSUMO RESPONSABLE.

CAPÍTULO 8.5: VENTAS ÉTICAS.

PUNTAJE TOTAL:

EP: 112 puntos.

EM-EG: 196 puntos.

CAPÍTULO 8.1.- CLIENTES Y CONSUMIDORES - SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD.

Principio

A los consumidores se les debe proporcionar productos de buena calidad, inocuos, producidos de manera socialmente responsable y con bajo impacto ambiental en su proceso productivo.

Requisitos

1. Debe contar con un sistema de gestión de calidad implementado y con personal idóneo, orientado a proteger la calidad, higiene y seguridad de todos sus productos.
2. Debe llevar un sistema documental que garantice el correcto manejo y la calidad del producto. Esto considera, por ejemplo, las mezclas de vino, aplicaciones de productos, correcciones enológicas, entre otros.
3. La alta dirección de la empresa debe estar comprometida e involucrada con la gestión de calidad, esto a través de la asignación de recursos, reuniones con el equipo de calidad, acciones implementadas.
4. Debe haber un procedimiento o instructivo para responder de manera rápida y transparente reclamos y quejas a los clientes y consumidores respecto a aspectos de calidad del producto.
5. Debe tener un procedimiento documentado para la recuperación o retiro productos con el responsable y los mecanismos de notificación. Deben realizarse ejercicios de eficacia del procedimiento anualmente y registrar los resultados.
6. Debe contar con un plan HACCP (Sistema de Análisis de Peligros y de Puntos Críticos de Control) implementado, con el fin de abordar los peligros biológicos, químicos y físicos del proceso.
7. Deben existir procedimientos de muestreo y análisis multiresiduos para verificar que se cumple los límites máximos tanto para la uva propia como comprada. Debe disponer de evidencia documental que demuestre que se aplican los procedimientos de muestreo.
8. Debe contar con un plan de acción documentado que describa qué hacer en caso de que se supere un límite máximo de residuos (LMR) tanto nacional como de los países de destino. El plan de acción documentado debe incorporar los canales de comunicación con los clientes y puede ser parte del procedimiento de recuperación y retiro de producto.

9. Se deben realizar o participar de investigaciones y estudios con el objetivo de mejorar la calidad y conservación del vino que llega al consumidor final.

CAPÍTULO 8.2- CLIENTES Y CONSUMIDORES – MARKETING Y COMUNICACIÓN.

Principio

El plan de marketing de la empresa debe respetar la competencia leal y tener como hilo conductor, no solamente la orientación a la obtención de beneficios económicos, sino también los impactos en la sociedad. Es por ello que se debe promover los valores sobre los cuales se ha desarrollado su programa de ética corporativa y preocuparse de que sus campañas publicitarias se enmarquen bajo la legislación que protege los derechos del consumidor.

Requisitos

1. La empresa debe ser transparente en sus decisiones y actividades relacionadas con la sustentabilidad y el cumplimiento de sus objetivos, comunicando sus impactos en la sociedad y el medioambiente. Se debe contar con un reporte formal, desarrollado bajo metodología reconocida.
2. Debe existir una política de comunicación y/o marketing interna y externa, alineada con los valores y principios éticos de la empresa.
3. En caso que sea socio de Vinos de Chile, la empresa se debe adherir al Código de autorregulación publicitaria (Anexo 6). Si no es socia, la adhesión es voluntaria.
La publicidad y el marketing son herramientas esenciales para permitir a los productores de vino posicionar sus productos y explorar nuevos mercados. Dado lo anterior, la información y educación del consumidor resultan fundamentales para promover un consumo compatible con un estilo de vida saludable. En este contexto, Vinos de Chile A.G. ha decidido actualizar su código de prácticas responsables en materia de venta y publicidad de vinos, a fin de que las empresas miembros lo adopten en sus acciones publicitarias y de marketing. Para comprobar la implementación de este requisito deberá firmar el certificado de adhesión dispuesto en el Anexo 6.1, enviarlo a Vinos de Chile y adjuntarlo en el dossier de documentos que se presentan en la revisión documental previa a auditoría.
4. Las campañas publicitarias, acciones de promoción y estrategias comunicacionales, deben utilizar contenido veraz, que no induzca engaño hacia sus consumidores.

CAPÍTULO 8.3- CLIENTES Y CONSUMIDORES – COMUNICACIÓN CON CLIENTES Y CONSUMIDORES.

Principio

La creación y establecimiento de canales de diálogo con las distintas partes interesadas, y especialmente con los clientes y consumidores, permitirá a la empresa proporcionar y tomar decisiones respecto de su producto y procesos de manera fundamentada. A su vez, permitirá responder oportunamente las inquietudes y problemas que se puedan presentar en nuestro relacionamiento, tanto en la entrega del producto como en los procesos de producción.

Requisitos

1. Debe establecer uno o varios canales de comunicación para responder de manera oportuna y fidedigna, las consultas o reclamos que provengan de clientes y/o consumidores.
2. Debe haber una instancia o persona responsable de la atención al cliente, la cual debe actuar de acuerdo a las estrategias comerciales y valores organizacionales de la empresa.
3. Se debe implementar mejoras en la calidad de sus procesos, productos y/o servicios, en función de sus propias evaluaciones o como resultado de reclamos o sugerencias de clientes y/o consumidores.

CAPÍTULO 8.4.- CLIENTES Y CONSUMIDORES – CONSUMO RESPONSABLE.

Principio

El sector vitivinícola debe asumir el compromiso de comunicar al consumidor cuales son los riesgos del consumo en exceso y los beneficios del consumo moderado del vino. Esto se debe realizar a través de la implementación de publicidad y comunicación responsable.

Requisitos

1. Debe considerar como parte de su política de comunicaciones, publicidad y marketing, el mensaje de consumo responsable del vino. Deberá proporcionar esta información de manera equilibrada, entre cuales son los riesgos del consumo inadecuado y las ventajas de un consumo moderado.
2. Debe difundir el mensaje de consumo responsable a consumidores y/o trabajadores, por diferentes medios según el público objetivo.
3. Se debe educar a los consumidores sobre el consumo moderado y responsable del vino para de esta manera influir en un estilo de vida saludable y favorecer el cambio cultural en el consumo.
4. Debe educar a sus trabajadores respecto del consumo responsable del vino y de igual manera, para que estos sean capaces de educar al consumidor o visitantes de la viña.
5. Se debe implementar en las etiquetas información que apunte a prevenir el consumo por parte de menores de edad, mujeres embarazadas y conductores de vehículos u otros medios de transporte. Si vende en el mercado nacional, esto será un requisito legal desde el año 2024.
6. La empresa debe ser parte de iniciativas nacionales y/o internacionales que guíe la comunicación sobre consumo moderado del vino.

CAPÍTULO 8.5.- CLIENTES Y CONSUMIDORES – VENTAS ÉTICAS.

Principio

Se debe prohibir formalmente y de manera explícita, las prácticas de venta no éticas. Este principio debe ser la base para el desarrollo de las actividades comerciales y de venta.

Requisitos

1. Se debe prohibir el uso de prácticas de venta no éticas, en las cuales se recurra por ejemplo a medidas de presión, engaño, influencia indebida, pagos extras, etc.
2. El área comercial debe conocer las prácticas éticas de venta de la empresa.
3. Debe contar con procedimientos para evitar el mal uso de la información de sus clientes.

CAPÍTULO 9: SUSTENTABILIDAD Y ECONÓMICA.

PUNTAJE TOTAL:
EP: 20 puntos.
EM-EG: 20 puntos.

CAPÍTULO 9.- SUSTENTABILIDAD ECONÓMICA.

Principio

Para dar paso a una sustentabilidad económica de las empresas, es necesario contar con sistemas de gestión adecuados que le permitan evaluar el crecimiento y realizar comparaciones de proyección. Para esto, se deben establecer previamente los objetivos y metas comerciales.

Requisitos

1. Como una manera de gestión y control empresarial, la compañía debe contar con mecanismos o sistemas de gestión financieros que incluyen inventarios, controles de gastos e ingresos, utilidades de la empresa y otros aspectos que se consideren relevantes a la hora de liderar correctamente el negocio y cumplir con el plan comercial de la empresa.
2. Para dar paso a una buena gestión del plan comercial de la compañía, ésta debe contar con una persona a cargo del área financiera o contable. Para este cargo se sugiere determinar previamente su perfil y responsabilidades.
3. Como respaldo de cumplimiento del plan comercial y de la sustentabilidad económica de la empresa, ésta debe contar con un pool de indicadores de gestión que le permitan comparar adecuadamente el crecimiento y alcance de los objetivos previamente estipulados. A su vez, debe contar con datos que permitan comparar adecuadamente la productividad y crecimiento de la empresa y realizar los análisis comerciales pertinentes.

CAPÍTULO 10: MEJORA CONTINUA.

PUNTAJE TOTAL:
EP: 48 puntos.
EM-EG: 68 puntos.

CAPÍTULO 10.- MEJORA CONTINUA.

Principio

Es necesario organizar las acciones para implementar el Código de Sustentabilidad y realizar una correcta difusión de sus requisitos, especialmente con sus trabajadores. Es necesario organizar las acciones para implementar el Código de Sustentabilidad y realizar un seguimiento permanente de estas, junto al nivel de cumplimiento de los requisitos, dentro de un proceso de mejora continua de la empresa.

Requisitos

1. Como parte de la implementación y cumplimiento de los objetivos del CS, las empresas deben dar a conocer sus requisitos a trabajadores permanentes y temporales a través de diferentes medios de difusión.
2. Debe registrar y mantener actualizados los indicadores de la planilla Anexo 7.
3. Deberá llevar un comparativo anual de los indicadores solicitados en el requisito 10.2 de este capítulo y realizar un análisis de los resultados.
4. Debe evaluar a través de auditorías internas anuales, el nivel de cumplimiento del CS. Estas deben estar bajo la responsabilidad de una persona que cumpla con las competencias necesarias, ya sea con un curso de auditor interno de otras normas o bien capacitado en los cursos impartidos por Vinos de Chile, específicos del Código de Sustentabilidad. No es obligación contar con un curso de auditor específico del CS.

Nota: - Las empresas que soliciten certificación por primera vez deberán realizar su evaluación interna antes de la auditoría externa de tercera parte.

5. Debe contar con un plan de acción de mejora continua a corto, mediano y largo plazo para los requisitos que no obtuvieron el puntaje máximo u obtuvieron 0 puntos como resultado de la auditoría externa. El plan será revisado en las auditorías de control y recertificación.

Este plan debe:

- Describir las medidas correctivas para los requisitos antes señalados.
- Asignar responsables para su implementación y reporte.
- Definir plazos de implementación para las medidas.

Si la viña ha obtenido un puntaje total igual o mayor al 95%, podrá argumentar la no implementación de los requisitos.

6. La empresa debe implementar canales de comunicación a través de los cuales responda de manera oportuna reclamos, sugerencias, denuncias y/o consultas que se relacionen con el cumplimiento del presente código. Este canal de comunicación debe aceptar que la persona no se identifique y contar con un encargado de su gestión e implementación.

ANEXO 4: CONDICIONES PARA CONTRATOS DE EXTRANJEROS

1. Cláusula de Remuneración: que la remuneración del trabajador contratado sea pagada en Chile, en moneda de curso legal;
2. Cláusula de Vigencia. Esta cláusula debe ser redactada como sigue: "La obligación de prestar servicios emanada del presente contrato, sólo podrá cumplirse una vez que el trabajador haya obtenido la visación de residencia correspondiente en Chile o el permiso especial de trabajo para extranjeros con visa en trámite";
3. Cláusula de Régimen Previsional, donde el empleador se comprometa a efectuar las retenciones correspondientes y enterarlas en las instituciones previsionales y de seguridad social chilenos, salvo que las partes se acojan a la ley N° 18.156, y debe ser redactada como sigue: "Se deja constancia que el trabajador cotizará en el régimen previsional chileno, comprometiéndose el empleador a efectuar las retenciones y entregarlas a las instituciones correspondientes;
4. Cláusula de Impuesto a la Renta, donde el empleador se obligue a responder del pago tributario correspondiente a la remuneración del trabajador extranjero (Impuesto único o Global Complementario, según corresponda. Sólo para sueldos superiores a 13,5 UTM), redactada de la siguiente forma: "El empleador tiene la obligación de responder al pago de impuesto a la renta correspondiente en relación con la remuneración pagada".
5. Cláusula de viaje (para la visa de residencia sujeta a Contrato de Trabajo): "El empleador se compromete a pagar, al término de la relación laboral (ya sea por término de contrato, despido o renuncia), el pasaje de regreso del trabajador y los miembros de su familia que se estipulen, a su país de origen, o al que oportunamente acuerden las partes, conforme a lo dispuesto en el inciso 2°, del artículo 37 del D.S. N° 597 de 1984. Al respecto, se tendrá presente que la señalada obligación del empleador existirá hasta que el extranjero salga del país u obtenga nueva visación o permanencia definitiva"

Las visas que existen en el ámbito laboral para los extranjeros son:

1. Visa de residencia sujeta a contrato de trabajo: El otorgamiento de una visa de residencia sujeta a contrato de trabajo para extranjeros, que han sido contratados por alguna empresa con residencia en Chile, tiene una duración máxima de dos años.
2. Visa de residencia temporaria por motivos laborales, la cual permite trabajar hasta por un período máximo de un año renovable a dos años, con uno o más empleadores.
3. Permiso especial para trabajo con visa temporaria por motivos laborales en trámite, el cual se solicita al momento de enviar la solicitud de residencia temporal, se puede trabajar una vez que se acoge a trámite la solicitud.

4. Visa para artistas que vienen a trabajar por menos de 90 días.
5. Autorización para trabajar como Turista: Los turistas tienen prohibición de desarrollar actividades remuneradas, aun cuando éstas sean canceladas en el extranjero.
6. El Ministerio del Interior y Seguridad Pública, en casos muy calificados, podrá autorizar a los turistas que tengan su permiso vigente para que trabajen en el país por un plazo no mayor de 30 días, prorrogables por períodos iguales hasta el vencimiento del permiso de turismo.

*Para mayores detalles, referirse al Código del Trabajo y Dirección General del Trabajo.

ANEXO 5: DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS CÓDIGO DE SUSTENTABILIDAD PARA EMPRESAS PEQUEÑAS.
Descargar en la intranet.

ANEXO 6: CÓDIGO DE AUTORREGULACIÓN DE VINOS DE CHILE
Descargar en la intranet.

ANEXO 6.1: CERTIFICADO DE ADHESIÓN DEL CÓDIGO DE AUTORREGULACIÓN DE VINOS DE CHILE
Descargar en la intranet.

ANEXO 7: PLANILLA INDICADORES ÁREA NARANJA.
Descargar en la intranet.

ANEXO 8: CHECKLIST PARA COMPRA DE UVA SISTEMA INTERNO DE CONTROL.
Descargar en la intranet.

ANEXO 9: CHECKLIST PARA COMPRA DE VINO SISTEMA INTERNO DE CONTROL.
Descargar en la intranet.

ANEXO 10: DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS CÓDIGO DE SUSTENTABILIDAD COMPRA DE UVA Y VINO.
Descargar en la intranet.