

De acuerdo con información del Diario Financiero, durante los últimos meses los principales gremios frutícolas de Chile y algunas compañías de alimentos, han encendido sus alarmas luego de constatar una caída de la disponibilidad de trabajadores. Esto, a consecuencia de una serie de factores que se conjugaron principalmente con los efectos de la emergencia sanitaria.

En el caso del sector frutícola, lo anterior estaría afectando las labores de huertos centrales de embalaje de frutas como kiwis y manzanas.

Entre las razones, los actores de la industria destacan que se debe al cierre de las fronteras que impiden de quienes habitualmente llegan a trabajar al país. También está la problemática de las cuarentenas y las restricciones a la movilidad, así como la dificultad de compatibilizar la vida laboral con la personal. Otra causa, señalan, está ligada a los apoyos económicos que se ha ido entregando durante el último tiempo para paliar la crisis.

En esa línea, el presidente de la Asociación de Exportadores de Frutas de Chile ([Asoex](#)), Ronald Bown, dice que “los apoyos estatales, tales como el IFE o el uso del seguro de cesantía, han desincentivado a los trabajadores temporales -que usualmente se desempeñan en nuestro sector-a emplearse durante esta temporada”.

Según DF, con este telón de fondo, hace unas semanas se reunió el Comité de Abastecimiento Seguro, instancia que lidera el Ministerio de Agricultura y que busca garantizar la llegada de alimentos, a la que asistió la ministra María Emilia Undurraga, su par del Trabajo, Patricio Melero y cerca de 100 representantes del sector agrícola y forestal del país, para conocer las medidas implementadas por el gobierno para garantizar la seguridad de los trabajadores del sector.

De acuerdo con el presidente de [Fedefruta](#), Jorge Valenzuela, quien estuvo presente en la cita, se les señaló a los presentes sobre “la importancia de hacer una campaña para comunicar que las personas pueden ir a trabajar, no pierden sus apoyos estatales por la pandemia”.

“Creemos que hay que hacer una campaña de difusión con lo del IFE, ya que algunos piensan que lo pierden porque van a trabajar y eso no es así. Necesitamos una campaña simple de comunicación para dar a entender que hay cosas que no se pierden. Hay mucha información rondando y no tenemos los detalles”, explico al ser consultado.

Bown agregó que en la temporada laboran alrededor de 480 mil personas. Y detalla que, si bien aún no tienen la estadística definitiva de este año, ya que la temporada finaliza en

agosto-estando hoy en pleno proceso de cítricos y embalaje de manzanas y peras- se han detectado disminuciones entre un 10% y 60%, dependiendo de la zona y las labores a realizar.

El escenario también ha impactado a algunas empresas de alimentos. Alejandra Kabakian, directora de recursos humanos de Aconcagua Foods, sostiene que la situación de escasez de dotación “es un tema que nos preocupa bastante”, considerando que además son responsables de la adquisición del 60% del durazno que se cosecha en Chile, requiriendo la contratación de más 2.000 trabajadores durante la temporada.

## **Las estrategias del sector**

A raíz de esta situación, Kabakian, señala que han estado trabajando en conjunto con el Gobierno, “publicando nuestras búsquedas a través de la Bolsa Nacional de Empleo, con las Oficinas Municipales de Información Laboral (OMIL, de Buin, San Bernardo y El Monte); y utilizando también diferentes canales de comunicación con la comunidad para amplificar la búsqueda”.

El objetivo es seguir dotándose, aun en medio de la temporada.

El presidente de la Asoex explica que han estado en constante contacto con las autoridades pertinentes para ir buscando soluciones que puedan ser implementadas en la industria, junto con estrictos protocolos que permitan asegurar la salud de los colaboradores, tanto a nivel de huerto como de centrales de embalaje.

Valenzuela dice que se deben tomar opciones más creativas para que otras personas puedan apoyar en las labores de campo en las cosechas.

“Por qué no volver a pensar en los estudiantes, hacer campañas para que conozcan el trabajo de la cosecha de cerezas, por ejemplo, se empapen de un tema que nos representa mundialmente en los mercados, y nos ayuden en los momentos de la temporada”, indica.