



Una huella para el vino chileno

La industria vitivinícola debe estar conciente de su “huella de carbono”.

Por Nicola Borregaard*

* Ph.D. en Economía Agraria, Universidad de Cambridge, Inglaterra. Profesora Facultad de Economía y Negocios, UAH.

¿Se ha preguntado cuánto contribuye usted al cambio climático al tomar una copa de vino?

Para la gran mayoría de nosotros esta pregunta puede parecer irrelevante y hasta caricaturesca. Sin embargo, hoy el sector vitivinícola se prepara para tener una respuesta.

Y lo hace porque así lo pide el mercado. La medición de la “huella de carbono”, el rastro de las emisiones de carbono generadas por la producción y el transporte de un producto, está entrando con mucha fuerza en los principales destinos de productos exportados chilenos: Europa, Estados Unidos y Japón.

Las cadenas de supermercados Tesco y Walmart, y el Carbon Trust de Inglaterra son solo algunas de las cientos de empresas e instituciones que intentan responder a esta nueva y cada vez más fuerte demanda de los consumidores.

Hoy más de dos tercios de los consumidores ingleses tienen una clara noción del término “huella de carbono”, y ya en 2007 un 17% estaba dispuesto a pagar más por productos con una huella de carbono menor que sus pares. Un 45% expresó entonces que se cambiaría a un producto de menor huella de carbono, aunque no fuera el de su primera preferencia¹. Los primeros productos

escogidos por las empresas líderes en este tema incluyen el papel higiénico y el de diario, detergentes, jugos, verduras, vino, cerveza y productos de marca como Coca-Cola.

En particular para la industria del vino se desarrolló un protocolo de cálculo de la “Huella de Carbono”, que intenta dar cuenta de cuánto carbono implica cada botella o vaso. Los desarrolladores de este protocolo, asociaciones del sector vitivinícola de Nueva Zelanda, Sudáfrica, Australia y California, tuvieron como objetivo “proveer información al cliente sobre el impacto de carbono, y prepararse para dar respuesta a eventuales requerimientos obligatorios en cuanto a las emisiones de carbono”.

En el caso específico del vino, existían ya límites máximos de residuos de pesticidas y códigos de buena práctica agrícola en el uso de insecticidas, fungicidas y otros componentes. Hace una década empezó la producción de vino orgánico, que hoy es tan grande que dejó de ser mercado nicho. Aunque no hay estadísticas oficiales sobre la evolución de este mercado, a través de una recopilación de estudios de casos se estimó que las ventas en los últimos cinco años han promediado el 18%².

En el Nodo Tecnológico “Eficiencia Energética y Cambio Climático en el Sector Vitivinícola”, liderado por la Universidad Alberto Hurtado y Vinnova y apoyado por INNOVA CORFO y el Programa País Eficiencia Energética, se apuntó a que la industria vitivinícola chilena se hiciera parte de esta tendencia global. Y no solo por el posicionamiento de los productos chilenos en el mercado internacional, sino porque el vino es un producto-embajador para Chile, relacionado con atributos como la naturaleza, el buen vivir y la buena calidad.

Al mismo tiempo, con la medición y certificación de la “Huella de Carbono”, se abre

un mercado de servicios de consultoría que hasta se podría exportar a países de la región, empezando por los productores de vino, pero posiblemente transmitiéndose a otros productos listados para la huella de carbono.

En todo esto, es esencial la articulación de la realidad y de los intereses de los productores nacionales cuando se definen los factores de consumo energético por defecto que se imponen en los protocolos de cálculo de la huella de Carbono. En el caso del vino, variables relevantes son el uso de fertilizantes y pesticidas (en Chile significativamente menor que en otros países) o las botellas (en Chile ya se avanzó en la fabricación de botellas de menor peso, con menor impacto en emisiones).

No olvidemos tampoco que lo que empieza por la vía de medidas voluntarias se ha convertido en medida obligatoria impuesta a través de regulaciones ambientales, terminando como medida proteccionista de los países industrializados. La discusión internacional sobre la necesidad del “consumo local” y la implicancia ambiental de las *food miles* puede caer finalmente en este mismo contexto y no puede ser subestimado.

La iniciativa, entonces, recae en los privados y en el gobierno. Los primeros deben ajustarse a las tendencias, iniciar procesos de cálculo de la huella de carbono, certificación, y empezar con una sistemática gestión energética en la empresa. El sector público, por su parte, debe apoyar las actividades con capacitación, información de mercado, vigilancia de posibles medidas proteccionistas a nivel de la Organización Mundial del Comercio, retroalimentación desde actividades de la iniciativa “imagen país”, y, eventualmente, apoyo financiero para llevar a cabo los procesos de certificación, especialmente los de los productores más pequeños. ■

¹LEK Consulting Research Insights, (2008) Vol.1; The L.E.K. Consulting Carbon Footprint Report 2007 Carbon Footprints and the Evolution of Brand-Consumer Relationships [PDF] < http://www.lek.com/UserFiles/File/Carbon_Footprint.pdf > [revisado 9 noviembre 2009].

²Una serie de ponencias al respecto se puede encontrar en Organic Eprints, Items affiliated to International Conferences 2008: IFOAM OWC: Viticulture and Wine [HTML] <<http://orgprints.org/view/projects/conference.html>> [revisado 9 noviembre 2009].