Universidad de San Andrés

Departamento Académico de Ciencias Sociales

Licenciatura en Relaciones Internacionales

Factores que inciden sobre la implementación de estimaciones de huella de carbono en el sector vitivinícola argentino

Autor: Verónica Celedón

Legajo: 20.054

Mentor: Roberto Bouzas

Victoria, Provincia de Buenos Aires, diciembre de 2013

ÍNDICE

Agradecimientos **3**

INTRODUCCIÓN **4**

CAPÍTULO 1. Problema de Investigación **7**

CAPÍTULO 2. Medidas frente al cambio climático **9**

2.1 Acuerdos internacionales 9

2.2 Medidas Unilaterales 11

2.2.1 Definiciones de huella de carbono 12

2.2.2 Implementación de huella de carbono a nivel internacional 14

2.2.3 Posición de los países agrícolas ante la implementación de la huella de carbono 17

CAPÍTULO 3. Estado de la cuestión **23**

CAPÍTULO 4. Marco Teórico **29**

4.1 Implementación de estimaciones de huella de carbono 30

4.2 Demanda 31

4.3 Programas de fomento 32

4.4 Impacto económico 33

4.5 Metodología 34

CAPÍTULO 5. Sector vitivinícola argentino **37**

5.1 Características generales 37

5.2 Estrategias de adaptación y mitigación en el sector 39

CAPÍTULO 6. Motivaciones del sector vitivinícola para implementar huella de carbono **43**

6.1 Revisión general 43

6.2 Características específicas de las bodegas entrevistadas: 45

CAPÍTULO 7. Conclusiones **54**

Bibliografía **57**

Anexos **64**

Anexo I. Entrevistas 64

Universidad de SanAndrés

Índice de Gráficos y Cuadros

Gráfico I. Factores que inciden sobre la decisión de las empresas para implementar estimaciones de huella de carbono. Estado de la cuestión. 28

Gráfico II. Factores que inciden sobre la decisión de las empresas para implementar estimaciones de huella de carbono. Marco teórico. 29

Cuadro I. Empresas que implementan o no implementan huella de carbono..... 45

Cuadro II. Distribución de las empresas según existencia o no existencia de demandas de implementación de estimaciones de huella de carbono 48

Cuadro III. Distribución de las empresas según existencia o no existencia de programas de fomento de implementación de estimaciones de huella de carbono 50

Cuadro IV. Distribución de las empresas según percepción del impacto económico de la implementación de estimaciones de huella de carbono 53

QUAERERE VERUM
Universidad de
SanAndrés

Agradecimientos

No hay espacio suficiente para mostrar mi infinita gratitud a todos aquellos que me acompañaron en el desarrollo y conclusión de esta etapa. Sin embargo quisiera aprovechar este espacio para agradecer en particular:

A mis padres, por haberme apoyado incondicionalmente en todos los aspectos de mi crecimiento y formación.

A la Universidad de San Andrés por haberme dado la oportunidad y el espacio para desarrollar una carrera que implicó un giro trascendental en todos los aspectos mi vida.

A mi mentor, Roberto Bouzas, que me guió en el desarrollo de esta tesis con una enorme predisposición, y que me dio la oportunidad de tener una experiencia que aportó muchísimo a mi desarrollo personal y profesional.

A todos mis amigos, en particular Alejandro, Gimena y Mercedes, por su dulce compañía y sostén.

Y a todas aquellas personas que de una u otra manera me acompañaron estos años.

Universidad de
SanAndrés

INTRODUCCIÓN

El cambio climático no sólo se ha constituido como un problema ambiental, sino que se ha transformado en un problema de desarrollo con impactos inminentes sobre los ecosistemas, la sociedad y la economía. La comunidad científica internacional está de acuerdo con que algunos de sus principales causantes son los gases de efecto invernadero (GEI). Muchos de ellos están presentes de manera natural en la atmósfera. Sin embargo la actividad humana modifica su concentración y aporta algunos gases artificiales potenciando el daño ambiental.

En los últimos años ha surgido una creciente preocupación por el origen antropogénico de los GEI. Esta preocupación fue el motivo para que en 1992 se creara la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático (CMNUCC), que más adelante derivó en la firma del Protocolo de Kioto, vigente desde 2005.

La CMNUCC instituye un marco general orientado a hacer frente al problema del cambio climático. Todos los países firmantes de la Convención están obligados a establecer las instituciones y las políticas necesarias para conseguir la reducción de gases liberados al ambiente. Sin embargo existen responsabilidades comunes pero diferenciadas entre los que constituyen el denominado Anexo I -aquellos históricamente industriales- y los que no forman parte del mismo -en general países en desarrollo.

Los países del Anexo I tienen compromisos específicos y debían disminuir sus emisiones netas de GEI durante el periodo 2008-2012 hasta alcanzar un nivel equivalente a las emisiones del año 1990. Este objetivo aún no se ha alcanzado y los países no sólo han iniciado procesos de control y disminución de emisiones basados en el marco multilateral de cambio climático, sino que también han potenciado la puesta en marcha iniciativas unilaterales. Los mismos han generado compromisos con las empresas que operan en sus territorios en orden a contabilizar y reducir la totalidad de las emisiones de GEI. Una de las medidas unilaterales de gran difusión es la huella de carbono.

La huella de carbono es un indicador de implementación voluntaria que permite la identificación de las emisiones de GEI de un producto o proceso. El reconocimiento de las cantidades emitidas facilita la posterior aplicación de acciones de compensación o

reducción. Empresas de la Unión Europea y Estados Unidos se han transformado en casos destacados de aplicación de la huella de carbono.

Los países que no son parte del Anexo I no tienen compromisos específicos de reducción de emisiones. Por eso llama la atención que algunos actores de estos países estén poniendo en práctica estimaciones de huella de carbono, en tanto es la base para la implementación de estrategias de mitigación. En este sentido, la pregunta que se plantea responder este trabajo es ¿Cuáles son las motivaciones de los empresarios de países que no son parte del Anexo I de la CMNUCC para implementar estimaciones de huella de carbono en sus productos y/o procesos?

Para tener una aproximación a la pregunta planteada se realizará un estudio de caso del sector vitivinícola argentino. Se ha elegido el mismo en tanto Argentina es un país que no forma parte del Anexo I, por lo que sus actores no tienen obligaciones específicas de reducción de emisiones, ni hay planes concretos de mitigación desarrollados por el Estado. El sector vitivinícola es tomado como caso particular de análisis debido a que se trata de uno de los más avanzados en la implementación de huella de carbono a nivel nacional.

Considerar la literatura nacional e internacional sobre implementación de huella de carbono permitirá identificar el estado del tema en el análisis de otros autores. Se considerarán también las exploraciones sobre el avance del tópico en el plano local, se investigarán publicaciones online de algunos productores y agrupaciones agrícolas, e información de seminarios. La principal fuente de información consistirá en entrevistas realizadas a representantes de ocho empresas de la industria del vino. Se tomarán cuatro casos que implementan estimaciones de huella de carbono, y como control de aquella muestra, cuatro que no lo hacen.

En orden a poder aproximarse a una respuesta a la pregunta de investigación referida al caso elegido, esta tesis está organizada en cinco capítulos y una conclusión. En el Capítulo 1 se presentará el problema de investigación. El Capítulo 2 consistirá en una introducción a las medidas orientadas a combatir el cambio climático. El Capítulo 3 incluirá una revisión de los análisis de la literatura realizados hasta hoy. El Capítulo 4 incluirá un análisis teórico de las motivaciones de las empresas de los países no parte

del Anexo I para implementar huella de carbono, a la vez que se identificarán posibles proposiciones que las explican y la metodología de investigación. El Capítulo 5 incluirá el análisis de las características del sector vitivinícola argentino, en orden a clarificar las deducciones de los siguientes capítulos. En el Capítulo 6 se desarrollará el análisis del caso de las motivaciones del sector vitivinícola para estimar la huella de carbono. Al desarrollo de estos capítulos se agregará una conclusión sobre la validez, o no, de las proposiciones planteadas.

QUAERERE VERUM
Universidad de
SanAndrés

CAPÍTULO 1. Problema de Investigación

Las consecuencias del cambio climático han conducido a la búsqueda de soluciones prácticas para identificar y reducir las emisiones de GEI. En este contexto la huella de carbono ha surgido como herramienta clave pues, aunque no se trata de una medida de mitigación, facilita la puesta en marcha de estrategias de reducción e incluso de neutralización de los gases generados por productos y/o procesos.

El sector privado es el principal impulsor de la medición de la huella de carbono. En aquellos países en donde tiene gran difusión, en general son las grandes empresas o las cadenas de distribución quienes la identifican a nivel interno, a la vez que solicitan esto a sus proveedores. Hasta hoy no han sido identificados casos que obliguen a los proveedores a implementarla, ni hay Estados que restrinjan el acceso a sus mercados si no se cuenta con certificaciones de este tipo. Sin embargo, su utilización como característica de desempeño ambiental se ha difundido en una cantidad significativa de países.

El uso de la huella de carbono se ha expandido fundamentalmente en países del Anexo I. Muchas veces las empresas de estos países están influenciadas por las obligaciones nacionales ante los acuerdos multilaterales sobre mitigación de las emisiones de GEI.

A diferencia de los anteriores, la mayoría de los países que no tienen compromisos específicos de reducción de emisiones, en general países en desarrollo, muchas veces no tienen acceso a información o no cuentan con recursos tecnológicos y humanos que faciliten la implementación de medidas ambientales similares a la huella de carbono. Otras veces el acceso a aquellos recursos tiene costos muy elevados que sus productores no pueden enfrentar. A esto se agrega que ocasionalmente las instituciones estatales son reticentes a apoyar la implementación de medidas identificadas como parte de estrategias de mitigación, o ligadas a las mismas. Esto se debe a que consideran que estos procesos deben ser apoyados por fondos internacionales, ya que en otro caso atentarían contra el principio de responsabilidades comunes pero diferenciadas de la CMNUCC. En este contexto resulta interesante la pregunta por las motivaciones de las empresas de países que no tienen compromisos específicos de reducción de emisiones

para implementar procesos de certificación, etiquetado o medidas orientadas a la reducción de la huella de carbono de sus productos y/o procesos.

El objetivo general de este trabajo es explorar los factores que inciden sobre la decisión de los empresarios del sector vitivinícola argentino de implementar estimaciones de huella de carbono. El primer objetivo específico es analizar el estado actual y los avances del sector en el tema. El segundo es la formulación de proposiciones teóricas basadas en los argumentos considerados en la bibliografía específica, que permitirán explorar los múltiples elementos que consideran los empresarios al momento de tomar la decisión de identificar la huella de carbono de sus productos y/o procesos.

QUAERERE VERUM
Universidad de
SanAndrés

CAPÍTULO 2. Medidas frente al cambio climático

2.1 Acuerdos internacionales

El artículo primero de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático (CMNUCC) define al cambio climático como "un cambio de clima atribuido directa o indirectamente a la actividad humana que altera la composición de la atmósfera mundial y que se suma a la variabilidad natural del clima observada durante periodos comparables" (CMNUCC 1992).

El Grupo Intergubernamental de Expertos sobre Cambio Climático (IPCC por sus siglas en inglés) ha aceptado que uno de los principales causantes de las modificaciones en el clima es la emisión de gases de efecto invernadero (GEI), entre los que están incluidos el dióxido de carbono, metano, óxido nitroso, además de otros gases (IPCC 2008). Muchos GEI se encuentran presentes de manera natural en la atmósfera. Sin embargo, la actividad humana modifica su concentración y aporta algunos gases artificiales, potenciando el daño ambiental. El cambio climático es un fenómeno que va a continuar a pesar de que se reduzcan las emisiones de GEI, puesto que los mismos tienden a permanecer por largos períodos en la atmósfera.

Desde el siglo XIX el grueso de las emisiones ha sido generado por la actividad de los países industrializados. Sin embargo algunos organismos afirman que el aumento de las emisiones de GEI en los próximos años va a corresponder a los países en desarrollo. Conforme a las proyecciones al 2025 del World Resources Institute, se espera un aumento del 57% de las emisiones, pero mientras el aumento del mundo desarrollado sería del 25%, el del mundo en desarrollo sería del 84%, y en algunos casos superior (WRI 2008). Los países en desarrollo están en una etapa de crecimiento económico, lo que hace que su potencial de emisión de GEI sea aún mayor que el de aquellos con un histórico perfil industrial.

Para la Organización Mundial de Comercio (OMC) "aunque los efectos del cambio climático son específicos de la ubicación y del nivel de desarrollo, se prevé que la mayoría de los sectores de la economía mundial se vean afectados y (…) [que] ese impacto tendrá consecuencias para el comercio" (OMC 2009, pp. 8). Siendo esta una de

las principales razones, la preocupación por las emisiones de GEI se ha potenciado en los últimos años. Se han dado debates y acuerdos multilaterales orientados a desarrollar acciones que permitan lidiar con las consecuencias del cambio en las condiciones climáticas.

Hacer frente al cambio climático requiere el despliegue de estrategias de adaptación y mitigación. El IPCC (2008) define 'adaptación' como ajustes en los sistemas humanos o naturales, en respuesta a estímulos climáticos proyectados o reales, o sus efectos, ya sean estos positivos o negativos. 'Mitigación' es entendida como la intervención humana orientada a reducir las fuentes o mejorar los sumideros de GEI.

La firma de Protocolo de Kioto en 1997 –entrado en vigencia en 2005- avalada por la Convención Marco de las Naciones Unidas, acentuó que el compromiso de enfrentar el cambio climático es de todos los países parte. Aunque todas las partes en la Convención están sujetas a los compromisos generales de responder al cambio climático, hay diferentes grados de responsabilidad según los países correspondan o no al grupo denominado 'Anexo I'.

La Convención entiende que los países que no son parte del Anexo I "son en su mayoría países en desarrollo" (CMNUCC 2007), que por sus características económicas y su menor grado de responsabilidad histórica sobre las emisiones de GEI en el ambiente, no están obligados a cumplir objetivos específicos de reducción de emisiones y sólo deben buscar las mejores formas de adaptarse a los cambios. Mientras que los países del Anexo I -los históricamente industriales- tienen compromisos específicos de reducción de emisiones y, a diferencia de los anteriores, deben aplicar estrategias de mitigación de las mismas.

El primer periodo de compromisos del Protocolo de Kioto venció en 2012. Sin embargo, no hubo logros relevantes en la merma de la cantidad de emisiones. A pesar de la trascendencia del tema del cambio climático y sus efectos sobre los ecosistemas y la economía mundial, hasta hoy no se han podido lograr acuerdos vinculantes para el segundo periodo del Acuerdo de Kioto (Diario El Mundo 2013). Hay, por lo tanto, mucha falta de certeza respecto al futuro de las acciones de los países parte.

2.2 Medidas Unilaterales

Las dificultades para forjar acuerdos climáticos internacionales sólidos dan cuenta de la complejidad de negociar acuerdos en el marco multilateral. Aguilar, Bouzas y Molinari (2010) identifican cuatro razones que imposibilitan la concreción de tales procesos. La primera es que el cambio climático es un fenómeno que precisa un tratamiento cooperativo. La segunda, que su impacto económico implica un importante grado de incertidumbre. La tercera, que las políticas de mitigación implican transferencias internacionales e intergeneracionales de recursos. Y la cuarta, que hay diferentes grados de responsabilidad histórica, diferente distribución de emisiones, y heterogeneidad en la disponibilidad de recursos económicos, institucionales y tecnológicos.

En el mismo texto, Aguilar, Bouzas y Molinari explican que ante la falta de efectividad del régimen multilateral algunos países han comenzado a implementar prácticas de mitigación a través del uso de diversos instrumentos de política. Identifican tres instrumentos: aquellos que permiten la internalización de costos ambientales de las emisiones de GEI, los subsidios o transferencias públicas que estimulan desarrollos con bajas emisiones de carbono, y las regulaciones que favorecen el "uso y desarrollo de bienes y tecnologías de bajo consumo de carbono" (Aguilar, Bouzas y Molinari 2010, pp.4).

Aquellas herramientas, explican los autores, en la medida en que afectan los precios relativos de los bienes, tienen un impacto potencial sobre el comercio internacional. Este impacto aumenta más las dificultades de implementar un régimen multilateral que permita hacer frente a los efectos del cambio climático. A pesar de que la implementación de las acciones unilaterales conlleva un riesgo más alto de superposición con el régimen de comercio internacional (Aguilar, Bouzas y Molinari 2010), su implementación se ha difundido en los últimos años.

Sebastián Herreros (2012) retoma el análisis de Aguilar, Bouzas y Molinari y analiza las medidas de mitigación llevadas adelante unilateralmente por algunos países. Herreros menciona tres tipos de medidas unilaterales: ajustes en frontera, subvenciones, y reglamentos o normas técnicas. Aquellas del último tipo pueden ser prescriptivas o meramente informativas. En el caso de los reglamentos prescriptivos la comercialización se ve imposibilitada si no se cumple con el requisito. En el caso de los

informativos se deja al consumidor la potestad de elegir, o no, el producto que cumple con el reglamento.

El concepto central de esta investigación, el de huella de carbono, es ubicado por los dos trabajos mencionados en este apartado entre las regulaciones o normas técnicas. Medidas unilaterales de este tipo se estarían aplicando en orden a lidiar con las imposibilidades de reducir las emisiones de GEI conforme a lineamientos del marco multilateral.

El tema cobra gran interés para América Latina y el Caribe en tanto el uso unilateral de algunos instrumentos por parte de los países desarrollados puede llegar a "reducir la competitividad de las exportaciones provenientes de los países cuyos productores no midan y eventualmente no reduzcan sus emisiones" (Herreros 2012, pp. 25). Los países latinoamericanos destinan el 52% de sus exportaciones a Estados Unidos y la Unión Europea y estos mercados están tomando la iniciativa en la demanda de criterios ambientales tanto para productos internos como importados.

2.2.1 Definiciones de huella de carbono

El concepto de Huella de Carbono más aceptado a nivel mundial es aquel que la define como un indicador que intenta cuantificar «la totalidad de gases de efecto invernadero emitidos por acción directa o indirecta, de un individuo, organización, evento o producto» (Carbon Trust 2008). La huella de carbono toma en consideración los seis gases de efecto invernadero, dióxido de carbono, óxido nitroso, metano, hidrofluorocarbonos, perfluorocarbonos y hexafloruro de azufre. Para ser expresada en una medida común se mide en toneladas equivalentes de dióxido de carbono (CO2-eq).

Se consideran emisiones de acción directa aquellas controladas directamente por la empresa que elabora el producto, como por ejemplo, consumo eléctrico, combustibles fósiles, embalajes, entre otras. Las emisiones de acción indirecta son las que surgen de fuentes no controladas por la empresa, como suele ocurrir con el transporte o con las relacionadas al uso o reciclaje del producto cuando ya está en poder del consumidor.

Para algunos autores la huella de carbono es una "versión simplificada" del Análisis de Ciclo de Vida, pues en lugar de considerar varias categorías de impacto ambiental al mismo tiempo, considera sólo la relativa al calentamiento global (Ihobe 2009). El

Análisis de Ciclo de Vida es también una herramienta utilizada para medir el impacto ambiental de un producto o servicio, desde la obtención de materias primas hasta su desuso. Su análisis ya está regulado por las normas de la Interrnational Organization for Standarization (ISO) 14.040 y 14.044, a diferencia de la huella de carbono que aún no tiene respaldo de una normativa internacional. Respecto a esto último, está en proceso la aprobación la norma ISO 14.067 que especifica los principios, requerimientos y lineamientos para su cuantificación y comunicación (ISO 2013).

Uno de los problemas más significativos para la implementación de la huella de carbono es que los esquemas de medición hoy en día existentes presentan diferencias en escala y cobertura de productos, tipo de especificación y certificación, métodos de evaluación de GEI, enfoques de comunicación (medición de emisiones, metas de reducción, presentación como 'carbono neutrales'), y hasta diferentes niveles de verificación y transparencia. A estos problemas metodológicos se suma que no hay consenso a nivel internacional respecto a las implicancias de la huella de carbono. Para algunos se trata de una medida proteccionista, para otros se trata de una herramienta para mejorar la eficiencia productiva, innovar, posicionarse mejor en los mercados y ganar competitividad internacional.

Hay dos metodologías que son las más utilizadas a nivel mundial para el análisis de la huella de carbono de productos y procesos. Una de ellas es la *Publicly Available Specification 2050* (PAS 2050), de la Carbon Trust Foundation y la British Standard Institution. La otra es el *Greenhouse Gas Protocol* (GHG Protocol), desarrollado por el World Resources Institute (WRI) y el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). Ambas contemplan instancias de reporte obligatorio e instancias de reporte voluntario. La primera requiere el Análisis del Ciclo de Vida completo del producto. La segunda incluye las emisiones indirectas. Ni las emisiones indirectas ni los límites del ciclo de vida están delimitados con gran especificidad, lo que hace que los resultados de las mediciones sean más propensos a la arbitrariedad. Ambas metodologías no incluyen la absorción de emisiones, lo que afecta la evaluación del desempeño de países agrícolas, como los del caso latinoamericano.

Debido a la diversidad de metodologías de identificación y cuantificación que han ido surgiendo por la difusión de uso del estándar en el ámbito privado, hay a nivel

multilateral algunas iniciativas para unificar criterios respecto a principios básicos de determinación de la huella de carbono de productos. Aparte del tratamiento de la norma ISO 14.067, se vienen dando iniciativas de organismos multilaterales como la Comisión Europea o la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). En este estudio se empleará el término "estimación" de la huella de carbono en tanto cualquier resultado obtenido del análisis de las emisiones de un producto o proceso puede variar conforme a la metodología utilizada.

La Carbon Trust Foundation destaca que un gran número de consumidores de Estados Unidos y de la Unión Europea están dispuestos a tener en cuenta la huella de carbono al momento de elegir los productos que compran. Sin embargo, como explica Ernesto Viglizzo (2010), es preciso destacar que la información que brinda la etiqueta de huella de carbono de un producto no siempre puede ser interpretada por un consumidor. Los consumidores muchas veces no están educados sobre los patrones numéricos de referencia para comparar las etiquetas. En tal caso, explica el autor, la preferencia surge de una creciente 'conciencia ecológica' de los consumidores, o como una reacción emotiva a las estrategias de publicidad, pero no como una reacción específica al estímulo de la huella de carbono.

Aparte del entendimiento del consumidor de las etiquetas, otro de los desafíos al sentido del etiquetado es la disponibilidad de productos similares a precios comparables y la existencia de métodos de producción alternativos. Es necesario comunicar un mensaje coherente al consumidor, y demostrar que el sistema es más eficiente que otros como los subsidios, los impuestos al carbono, etc..

2.2.2 Implementación de huella de carbono a nivel internacional

El uso de la huella de carbono se ha expandido al margen de los mecanismos y metodologías contemplados en los compromisos ambientales internacionales como el Protocolo de Kioto. La huella de carbono no se trata de una medida de mitigación. Sin embargo se ha transformado en una herramienta clave en la identificación de las emisiones GEI. Su implementación se ha difundido a partir de procesos voluntarios de medición, facilitando la puesta en marcha de estrategias de reducción e incluso neutralización. Su uso se ha expandido fundamentalmente en países del Anexo I.

La Unión Europea, como bloque, ha sido la primera en definir algunas orientaciones con respecto a la implementación de certificaciones y etiquetas de huella de carbono debido a que la medida ha tenido gran expansión en algunos de los países miembros. Si bien hasta hoy no se han implementado demandas concretas, el tema está presente en las reuniones de la Comisión Europea, con el plan de armonizar las metodologías en orden a que pueda ser más efectiva la demanda del etiquetado. De otro modo los consumidores no reciben información clara y no pueden comparar entre productos. El interés actual de la Comisión Europea es desarrollar categorías de productos y metodologías estandarizadas, en vistas a generalizar la huella de carbono en el mediano-largo plazo (CEPAL 2013).

A nivel país Francia y el Reino Unido son los casos más destacados en la implementación del cálculo de la huella de carbono. En ambos lugares el tópico es tratado tanto a nivel gubernamental, como empresario y social.

En el caso británico ha habido desarrollo de investigaciones desde organismos vinculados al gobierno como la Carbon Trust Foundation y el Department for Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA), que junto al British Standard Institution (BSI) publicaron el estándar PAS 2050.

Un análisis de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) de 2010, destaca que la implementación voluntaria por parte de algunas cadenas minoristas de Europa, fundamentalmente del Reino Unido, se ha vuelto de fuerte y rápida expansión, con consecuencias directas para los proveedores tanto nacionales como extranjeros. Desde 2008 la cadena británica de supermercados Tesco ha incluido la medición de huella de carbono en algunos de sus productos. Si bien Tesco dio algunos pasos atrás en la generalización de la demanda de etiquetas de huella de carbono en los productos que comercializa, se encuentra buscando un reemplazo que de un mensaje más entendible por los consumidores (Diario Financial Times 2013). La Carbon Trust Foundation aún considera de suma relevancia la implementación de la medida y promueve su uso entre los *retailers* y consumidores.

En Francia las cadenas de supermercados Casino y Leclerc estaban implementando de forma voluntaria etiquetas de huella de carbono en productos de elaboración propia, y

buscaban expandir el uso entre sus proveedores locales y extranjeros. A iniciativas privadas como aquellas se sumó la difusión de la metodología *Bilan Carbone TM*, desarrollada por la Agencia Francesa de Medio Ambiente y Control de la Energía (ADEME por sus siglas en francés) cercana al gobierno francés. Desde el año 2006 se agregó a esto el Proyecto de Ley *Grenelle Environnement*, impulsado desde el nivel legislativo.

A partir de 2008 se implementaron la Ley *Grenelle I* y *II*, parte de un mismo proyecto que "suponía medidas sobre el consumo y disposiciones legislativas relativas a la protección del medio ambiente con el objetivo de alcanzar una economía 'ecológica'" (Papendieck 2010, pp. 40). La Ley *Grenelle II* se puso en marcha en el año 2011, con un periodo de prueba que habilitaba el etiquetado voluntario de algunos productos en orden a identificar el costo de las emisiones de GEI dentro de los precios de los bienes y servicios, de modo que el consumidor pudiera elegir aquellos ambientalmente amigables. Por su potencial de violación de principios de la Organización Mundial de Comercio, esta medida no se aplicó a productos importados.

Estados Unidos ha presentado avances internos orientados a la reducción de emisiones de GEI. Hace muy poco ha habido un reforzamiento de su perfil combativo ante el cambio climático. Sin embargo, respecto a la medición de la huella de carbono no hay avances comparables con aquellos de la Unión Europea. En países como Alemania, Nueva Zelanda, Japón, Corea, entre otros también se ha difundido el uso de estimaciones de la huella de carbono de productos y compañías, que se ha agregado a la implementación de otros indicadores menos difundidos como producción orgánica y reciclaje (Herreros et al. 2012). En 2010 ya había 330 diferentes formas de etiquetado para 40 sectores industriales (World Resources Institute 2010). Hoy en día empresas de más de 22 países están implementando la medida. Desde 2012 se sumaron a la iniciativa Suecia, Suiza e Italia.

Si bien el contexto internacional es muy cambiante y algunas iniciativas aplicadas en la actualidad probablemente no van a estar en vigencia en el corto plazo, es clara la tendencia a un aumento en la relevancia de políticas para combatir el cambio climático ligadas a la estimación de las emisiones de GEI, con probable incidencia sobre las relaciones comerciales.

2.2.3 Posición de los países agrícolas ante la implementación de la huella de carbono

Mientras que la industria es la principal responsable de la generación de emisiones de GEI debido al uso de combustibles fósiles, la agricultura genera aproximadamente el 15% de las emisiones mundiales de GEI[1] (IPCC 2007). En las economías desarrolladas la mayor huella de carbono se concentra en el último eslabón (desechos del consumo doméstico), a diferencia de las economías en desarrollo en las que la magnitud relativa se concentra en los eslabones correspondientes a la producción primaria, y al transporte y procesamiento de los alimentos (Charles et. al 2000). Considerando tal situación puede pensarse que la identificación de la huella de carbono puede perjudicar a aquellos países cuya ventaja comparativa reside en productos primarios, como aquellos del caso latinoamericano.

La Unión Europea, una de las regiones con mayor expansión del uso de la huella de carbono, es el segundo socio económico de América Latina (CEI 2012). En el periodo 2001-2010 las exportaciones de bienes a la Unión Europea tuvieron una tasa media anual de crecimiento del 11% (CEPAL 2012). A pesar de que en los últimos años su importancia como destino de las importaciones ha disminuido (CEPAL 2013), sigue tratándose de un socio comercial de gran relevancia y atractivo.

Jha y Zarrilli explican que por más que la demanda de etiquetas o certificaciones sea por información ambiental de productos o procesos, ella puede presentar problemas para el comercio internacional i) si el uso de la etiqueta se vuelve obligatorio, o ii) si los criterios para obtener las etiquetas y las características del proceso de verificación y/o certificación pueden discriminar a los productos importados (Jha y Zarrilli 1993). Por ello la expansión de requerimientos como la huella de carbono tiene potencial para afectar las ventas de las empresas de los países de la región.

La huella de carbono es a veces enmarcada en el segundo caso identificado por Jha y Zarrilli (1993). Los productores latinoamericanos se ven obligados a enfrentar costos de verificación y certificación para procesos que no tienen bien delimitados (Aguilar 2012). A esto se suma que la etiqueta demandada, al no estar regulada y depender del

[1] Las emisiones agrícolas podrían aumentar a más del 30% del total mundial si se incluyeran los cambios en el uso del suelo (IPCC, 2007).

sector privado, varía de comprador en comprador, lo que incrementa aún más los costos de producción, pues el productor debe amoldarse a las diferentes metodologías que le demandan los clientes (Loticci 2012).

Soledad Aguilar (2012) afirma que el uso creciente de mecanismos de estimación de la huella de carbono se presenta para América Latina como un problema de justicia distributiva. Fundamenta su argumento en que la medición de la huella de carbono en productos primarios impondría el costo de mitigar el cambio climático en exportadores que no generan emisiones relevantes. Como es "relativamente fácil acceder a la información y los datos requeridos de las emisiones de los productores primarios" (Viglizzo 2010, pp. 12), el grueso de los pilotos de etiquetado que se están llevando adelante en la Unión Europea se detienen en esta etapa.

La composición de la agroindustria latinoamericana incluye un significativo porcentaje de pequeños productores que venden el resultado de su labor a grandes empresas que tienen capacidad para concretar las exportaciones y para agregarle valor. En el caso argentino este porcentaje alcanzó en 2002 el 13,5% del área del total de explotaciones agropecuarias (Obschatko et. al 2007). Esta característica dificulta la trazabilidad de los productos y, por lo tanto, la identificación de las emisiones en cada etapa.

Hay poca información disponible o datos incompletos de los métodos de cultivo y producción. Muchas veces esto conduce a que en la evaluación de las emisiones regionales se use el *worst case scenario*[2], obteniéndose datos incorrectos de las emisiones de un producto o proceso. En Latinoamérica es incipiente el desarrollo de investigaciones por producto, así como la determinación de factores de emisión (Galbusera 2012). Las tasas de emisión de los productos ambientalmente sensibles de América Latina y el Caribe varían de país en país por lo que no es factible establecer factores de emisión regionales (Murillo 2007). Estudios recientes demuestran que las condiciones climáticas y de suelo de los productos de la región permiten que la producción tenga emisiones mucho menores que las europeas, aunque se incluya en su

[2] El uso del *worst case scenario*, implica que al no haber información se usa como referencia el peor caso posible. Esto puede tener como consecuencia contabilizar las emisiones por encima del resultado obtenido si hubiera datos.

medición aquellas generadas por el transporte como las *food miles*[3]. Los productos ambientalmente sensibles constituyen el 17% del total de las exportaciones de la región, aunque con variaciones entre países (Herreros 2012).

En referencia al caso argentino Carlos Aggio publicó en 2009 un estudio en el que analiza la sensibilidad de las exportaciones de este país considerando un índice de 'intensidad del carbono'. La Unión Europea, Estados Unidos, China y Japón son considerados mercados sensibles por estar a la vanguardia de implementación de medidas ambientales. Ellos representaron aproximadamente un tercio de las exportaciones totales de Argentina en 2008, por lo que su actividad es significativa. Se destacan la Unión Europea y China porque los productos de intensidad de carbono media y media alta representan respectivamente el 54% y el 82% de las exportaciones a esos destinos (Aggio 2009).

Aggio concluye que efectivamente el porcentaje de exportaciones afectadas por la demanda de etiquetas ambientales es bajo, pues sólo representa el 15% del total de las exportaciones argentinas. Sin embargo destaca que es necesario tener cuidado con los países más sensibles como los de la Unión Europea y China, pues no sólo tienen gran relevancia para la canasta exportadora nacional, sino que también son aquellos desde donde se están impulsando las demandas ambientales más significativas.

En 2012 la Unión Europea absorbió el 14.4% del valor de las exportaciones totales de Argentina (Cámara Argentina de Comercio 2013), constituyéndose en el segundo comprador más importante para nuestro país, después del Mercosur (Cámara Argentina de Comercio 2013). Ante la expansión de las demandas de desempeño ecológico se ha vuelto necesario estar pendiente de la masificación de las acciones tanto por país como a nivel bloque. Como ha sido explicado con anterioridad, si bien no hay una regulación oficial para la huella del carbono, ya hay varios productos que están siendo etiquetados por las cadenas minoristas y los supermercados importadores de algunos países de aquel bloque (Lottici 2012).

[3] Las denominadas *food miles* son las emisiones generadas en el transporte de un bien de un destino a otro. La contabilización de estas emisiones aumenta el promedio de emisiones de los productos que requieren ser trasladados grandes distancias.

Aggio (2009) recomienda al final de su trabajo dos líneas de análisis que se han vuelto muy importantes. Por un lado, la consideración de la incidencia de las emisiones de GEI del transporte internacional. Y por otro, las emisiones de GEI relativas, en comparación con las emisiones de la producción de los países importadores, así como la de los principales proveedores. Hay grandes dificultades para la consideración de ambos puntos, pues la multiplicación de metodologías de cálculo de huella de carbono ha traído aparejada la falta de uniformidad en las etapas del producto consideradas en el análisis. Algunas metodologías incluyen las emisiones del transporte internacional, mientras otras no lo hacen, generando grandes diferencias en el resultado de las emisiones totales del ciclo de un producto. Por otro lado, la misma expansión de las demandas ambientales ha llevado a que algunos países exportadores, como Chile o Nueva Zelanda, tomen la iniciativa en la generación de estándares y en la identificación de la huella de carbono de sus productos, muchas veces generando estrategias de reducción de emisiones. Esto es incipiente en el caso de nuestro país.

En 2012 el Centro de Economía Internacional (CEI) publicó un informe que incluye un análisis de vulnerabilidad de las exportaciones argentinas. Victoria Lottici, la autora, considera para el análisis aquellos productos que están siendo etiquetados en Francia y el Reino Unido. Para completar el análisis considera los productos afectados en aquellos países, en la Unión Europea, y en Estados Unidos y Japón. El resultado de la investigación es que la canasta de exportaciones potencialmente afectada alcanza alrededor de un cuarto de las ventas a cada uno de los destinos sensibles. Aproximadamente el 90% de las ventas más afectadas corresponden a productos agroalimentarios y pesca.

Lottici excluye del análisis los productos vendidos a granel puesto que tienen menor propensión a estar obligados a tener una etiqueta. Una vez realizado el recorte resulta del análisis que las principales exportaciones que podrían verse afectadas son la carne vacuna y sus preparaciones, vinos, crustáceos y pescados, cítricos, manzanas, peras y otros frutos, entre otros que constituyen los diez primeros productos en cuanto a su valor promedio de exportación en el periodo 2007-2010 (Lottici 2012). El promedio de las exportaciones de productos potencialmente afectados por estándares ambientales enviados a la Unión Europea representa el 29.1% de las exportaciones argentinas de productos afectados al mundo.

La autora resalta como tendencias para los próximos años: i) internalización de los estándares y etiquetados, ii) creciente demanda de los consumidores de información sobre el contenido de carbono de los productos y otros criterios de sostenibilidad, iii) proliferación y aumento en la complejidad de las metodologías de huella de carbono (Lottici 2012). La expansión en el uso de medidas ocasiona la necesidad de que los países en desarrollo evalúen y respondan a los sistemas privados de certificación y etiquetado, pues es alto el riesgo de que las medidas voluntarias de hoy se transformen en prescripciones obligatorias en el mediano plazo.

Aunque se trata de un proceso muy reciente, en Argentina se están poniendo en marcha algunas acciones desde el sector público y desde el privado. Desde el sector público no hay una total aceptación del uso del término 'huella de carbono' pues la medida genera preocupación por sus tintes proteccionistas. En 2011 el Centro de Economía Internacional también había publicado un informe denominado 'Ambiente y proteccionismo: el caso de la huella de carbono', en el que destaca la propensión de la medida a promover la utilización de productos locales en los países importadores, en detrimento de los productos extranjeros. Allí se explica que la aplicación de sistemas privados de certificación ambiental debería ser evaluada con cuidado debido a que estas medidas "podrían constituir el primer paso para el establecimiento futuro de prescripciones obligatorias, con repercusiones mucho más amplias que un sistema privado y voluntario" (CEI 2011, pp. 40). La expansión del uso de la medida entre los principales destinos de exportación ha llevado a las empresas y entidades privadas a no descuidar el tema y desarrollar acciones al respecto.

También durante 2011, como respuesta a la presentación de un proyecto de Ley sobre 'Programa Nacional para la Construcción y Difusión de la Huella de Carbono' Nazareno Castillo Marín, Director de Cambio Climático de la Secretaría, declaró que "Argentina necesita generar información para implementar políticas en la materia, y creemos que este proyecto puede contribuir con ese objetivo" (Directorio Legislativo 2011). Este proyecto de Ley avalado desde la Cámara de Senadores ya ha perdido vigencia legislativa, sin embargo, ha habido una nueva presentación en 2012, pero por iniciativa de la Cámara de Diputados, de un proyecto sobre 'Fomento de Medidas Contra los Gases de Efecto Invernadero e implementación de la Huella de Carbono'. Este último aún no ha sido tratado en las Cámaras y este año perdería vigencia. Durante

del mes de Septiembre se ha presentado un nuevo proyecto de ley desde la Cámara de Diputados.

A pesar de los pocos avances en términos legislativos durante 2011 y 2012, el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, la Secretaría de Ambiente y el Ministerio de Relaciones Exteriores, han impulsado reuniones multisectoriales en las que se trabaja el tópico. Las mismas contaron con la participación del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) y el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI). A estas reuniones también se sumaron miembros del Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM) y de organizaciones agrícolas como el Consorcio Regional de Experimentación Agrícola (CREA) y el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). A esto se suma el trabajo de gobiernos provinciales como el mendocino o el bonaerense, que se han involucrado en el análisis del tema y en el desarrollo de acciones orientadas a favorecer a sus productores ante estas medidas.

En 2011 se instaló en Mendoza la consultora Green Solutions, sucursal argentina de la consultora chilena homónima, que trabaja con certificaciones de CarbonZero desarrolladas por Australia. En el mismo camino la consultora Alex Stewart realiza certificaciones bajo la norma PAS 2050. También hay organizaciones que si bien no otorgan certificaciones, brindan asesoramiento en el tema, como la empresa Estrateco.

El sector privado no ha tardado en responder a las nuevas demandas y ha puesto en marcha investigaciones y desarrollos referidos al tema. Las organizaciones de productores (CREA, IICA) y organismos de investigación (INTA, INTI) tienen activa participación en el desarrollo de factores de emisión y en el trabajo con empresas del sector. Los más avanzados en el tema hasta hoy son el sector ganadero, el citrícola y el vitivinícola (Papendieck 2012).

QUAERERE VERUM
Universidad de
San Andrés

CAPÍTULO 3. Estado de la cuestión

La presente sección se propone realizar una revisión de los trabajos académicos que indagan sobre diferentes razones que han motivado a los empresarios de algunos países en desarrollo a poner en marcha mediciones de sus emisiones de GEI. En primer lugar se analizará un grupo de ocho autores, siete que analizan el caso latinoamericano y uno que toma el caso de Estados Unidos, que indagan sobre los móviles para implementar estimaciones de huella de carbono.

Como ha sido mencionado en lo que antecede a esta sección, las medidas unilaterales para combatir el cambio climático pueden ser de tres tipos: ajustes en frontera, subvenciones y reglamentos o normas técnicas (Herreros 2012). Herreros afirma que si los reglamentos o normas son informativos el productor reacciona para evitar que los compradores de sus productos elijan otros con menor emisión de gases de efecto invernadero. En el caso de que los reglamentos sean prescriptivos el productor implementa medidas ambientales en orden a no perder el acceso al mercado a causa del incumplimiento de los estándares solicitados. El autor explica que hasta hoy la huella de carbono se trata de una medida del tercer tipo, de carácter informativo. Aunque aún hoy no se ha vuelto obligatoria su implementación para el ingreso a mercados, las demandas de los clientes son un aliciente importante para que los productores la implementen.

Un informe de la CEPAL de 2010 sobre las 'Metodologías de cálculo de la huella de carbono y sus potenciales implicaciones para América Latina' expone que la implementación voluntaria de la huella de carbono, fundamentalmente en el caso de productos de países de la región, tiene de fondo un intento de las empresas por responder a las crecientes presiones de los importadores. Tanto los productores de países industrializados como aquellos de países en vías de industrialización se habrían visto compelidos a introducir procesos y metodologías de estimación de las emisiones de gases de efecto invernadero en sus empresas y productos en orden a responder a la expansión de la demanda de etiquetas de desempeño ambiental de los productos y otras prácticas similares.

En aquel documento de la CEPAL (2010) también se destaca que a pesar de que en general América Latina no está avanzada en la puesta en marcha de planes específicos

de reducción de gases de efecto invernadero, algunos países como Chile y Brasil están implementando múltiples proyectos de Mecanismos de Desarrollo Limpio (MDL)[4]. La introducción de estas prácticas permite la obtención de conocimientos que facilitan la introducción de otro tipo de medidas ambientales. En este informe se expresa que la introducción de MDL ha permitido reconocer técnicas de medición, generar conciencia, transferencias tecnológicas y fortalecimiento de las instituciones encargadas de implementarlas.

Marcelo LaFleur y Nevin Rosaasen (2011) mantienen la línea del documento de CEPAL de 2010 y explican que la motivación para iniciar la medición de huella de carbono, al menos en el caso de países latinoamericanos, está en la necesidad de responder a la demanda de los consumidores de los productos. En el trabajo los autores afirman que los clientes están demandando información sobre el impacto ambiental de los productos que consumen, tanto del proceso productivo como de su transporte, a la vez que algunas compañías están reconociendo las ventajas de mejorar su perfil ambiental. Para estos autores las iniciativas unilaterales, como la huella de carbono, tienen el potencial de reducir la competitividad de aquellos países exportadores que no han podido implementarlas.

Heloísa Schneider y José Luis Samaniego (2009), explican que en América Latina el tema es incipiente, y "pocos han comenzado a poner en práctica iniciativas específicas para cuantificar la huella de carbono de los productos de exportación como estrategia preventiva" (Schneider y Samaniego 2009, pg. 32). En línea con LaFleur y Rosaasen mencionan que si bien son pocas las iniciativas orientadas a reconocer la huella de carbono, muchas de estas acciones han surgido por la necesidad de responder a las nuevas exigencias de los compradores o de las empresas transnacionales.

Ernesto Viglizzo (2010) está de acuerdo con la postura de que la implementación de 'etiquetas verdes' puede ayudar a evitar pérdidas de competitividad. Sin embargo, destaca que no debe sobrevalorarse la conciencia ambiental de los consumidores, pues no siempre tienen herramientas suficientes para interpretar el contenido o patrones de

[4] *Mecanismos de Desarrollo Limpio* son instrumentos implementados en el marco de la CMNUCC que permiten a los países del Anexo I invertir en proyectos de reducción de emisiones en países en vías de desarrollo.

referencia de las etiquetas ambientales, mucho menos teniendo en cuenta la multiplicidad de metodologías para identificar la huella de carbono. A la vez, el autor resalta que la introducción de estas etiquetas no necesariamente garantiza el ingreso a nuevos mercados (Viglizzo 2010).

Sabine Papendieck, asesora de la consultora Estrateco, responsable de los programas de implementación de huella de carbono en el sector agroindustrial en Argentina, realizó en 2010 un informe sobre el tema. En aquel trabajo llegó a la conclusión de que la identificación de la huella de carbono puede permitir introducir herramientas efectivas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, y compensar las restantes, identificar oportunidades para reducir costos del proceso productivo, incorporar a la toma de decisiones las estrategias de reducción de emisiones, satisfacer las demandas de información ambiental por parte de los compradores y consumidores, y fortalecer el perfil sustentable de las empresas y de las economías (Papendieck 2010).

Sin embargo, Papendieck explica que aunque aquellos beneficios podrían funcionar como incentivos para implementar programas de identificación y certificación de huella de carbono, no hay mucha información sobre los procesos de certificación que sea de fácil acceso a los productores. Debido a esta falta de conocimiento, agravada por la falta de investigación de factores de emisión locales[5] o categorías de productos, los productores entienden la huella de carbono como una medida que aumenta sus costos, sin traer réditos. Su implementación es percibida como un costo extra, y no como un aporte para mejorar la eficiencia de los procesos productivos o para reducir los gastos energéticos. Aún no están instalados en la mente del productor aquellos beneficios que podría generar la identificación de las emisiones de GEI en el mediano y largo plazo. Por eso, también están poco motivados a poner en práctica medidas de ese tipo (Papendieck 2012).

Delmas y Grant (2012) realizan un informe específico sobre la implementación de medidas ambientales en el sector vitivinícola tomando en cuenta múltiples casos, fundamentalmente del sector vitivinícola californiano. Desarrollan un trabajo que plantea como central la distinción del proceso de certificación de huella de carbono del

[5] Se entiende por factor de emisión al "coeficiente que relaciona los datos de actividad con la cantidad del compuesto químico que constituye la fuente de las últimas emisiones" (IPCC 1997, A. 3, pp. 14).

de etiquetado. Las autoras explican que el proceso de certificación ambiental puede traer beneficios como mejoras en la reputación y en la calidad de los productos, a diferencia del etiquetado, que no siempre acarrea beneficios. Por el contrario, muchas veces el etiquetado puede tener efectos negativos sobre los precios o la demanda (2008).

Las autoras destacan que los efectos del uso de etiquetas aún no han sido verificados como positivos. Si bien algunos *retailers* y compradores de las cadenas de supermercados demandan productos etiquetados, los consumidores finales no siempre están enterados de la información que proveen las etiquetas, no están interesados en consumir productos más amigables con el ambiente, o no están dispuestos a pagar un precio diferencial por los mismos. Bajo este análisis los empresarios no encuentran beneficios en la aplicación de etiquetas ambientales, puesto que no tienen certeza sobre sus efectos sobre los consumidores del mercado al que están orientados. Por el contrario a los incentivos de los mercados, los beneficios del proceso de certificación serían más claros. Según el análisis la identificación de las eficiencias e ineficiencias en la cadena productiva pueden contribuir a identificar aquellos puntos en los que no se hace el mejor uso de la energía, o en los que la implementación de otros sistemas podría contribuir a disminuir gastos de producción. La reducción de costos e ineficiencias es lo que motiva a los productores, más que los beneficios en el mercado sobre los que no se tiene certeza.

Ximena Olmos, en su tesis de maestría guiada por Sebastián Herreros, “Huella de Carbono. El caso de las viñas chilenas”, se propone como tarea investigar si las medidas ambientales implementadas por el sector vitivinícola del país vecino son motivadas por requerimientos concretos de un importador o si más bien son impulsadas por “la experiencia de una viña líder y por el convencimiento de poder optar a mejores segmentos de mercado” (Olmos 2012, pp. 6).

Olmos identifica cinco razones de los productores para implementar la huella de carbono. Entre ellas distingue una general, (a) Filosofía de sustentabilidad, y cuatro más específicas (b) Ahorro de recursos, (c) Interés de los clientes, (d) Posicionamiento en mercados externos, (e) Programas de vinos -públicos y privados.

Las entrevistas a nueve viñedos le permiten concluir que es común que los productores perciban que su actividad está inmersa en una filosofía de sustentabilidad, por lo cual es

‘bueno’ o ‘positivo’ implementar prácticas ambientales. La consulta sobre razones más específicas para implementar la medida da como resultado respuestas que contemplan percepciones sobre los beneficios de implementar la huella de carbono. Consideran que es fundamental el ahorro de recursos a partir de la identificación de ineficiencias en las diferentes etapas de la producción, así como la necesidad de responder a demandas de los importadores que si bien no demandan explícitamente etiquetas ambientales, hacen llegar sus demandas a través de cuestionarios ambientales o conversaciones de trabajo alusivas al tema.

Los principales mercados de destino del vino chileno en 2011 fueron Estados Unidos y el Reino Unido, para los que aún hoy es el quinto proveedor más importante. De acuerdo a Olmos, desde 2006 las primeras en implementar y manifestar algún tipo de demanda de medición de huella de carbono fueron algunas cadenas de supermercados del Reino Unido.

En el año 2007 la cadena británica Tesco había anunciado la creación de un *rating* de emisiones de carbono que implicaba la determinación de la huella de carbono de sus proveedores como parte de un compromiso de sustentabilidad. Aunque hoy en día Tesco ha decido no continuar adelante con el programa de huella de carbono, siguen en pie las demandas no explícitas por medidas ambientales, tanto desde ese como de otras cadenas de supermercados. Más allá de los planes de sustentabilidad propios, estas empresas plantean a sus proveedores que hay una creciente preocupación ambiental de sus consumidores. Por ello, explica Olmos, los productores se vieron compelidos a comenzar a implementar medidas ambientales.

Para Olmos una de las principales razones que ha incentivado a los viñedos a implementar huella de carbono ha sido la existencia en el entorno de programas que acompañan su investigación, fundamentalmente la experiencia del productor líder del país. La experiencia de la mayor viña nacional habría otorgado a los productores antecedentes sobre las formas de implementar las metodologías, e información sobre particularidades ambientales locales. Estos datos habrían allanado, para otras viñas de menor tamaño, el camino de introducción de las prácticas.

Conforme a la revisión de la literatura se han identificado cinco elementos movilizadores de la implementación de huella de carbono en las prácticas de las

empresas de países que no forman parte del Anexo I –con foco en los análisis sobre casos latinoamericanos.

Gráfico I. Factores que inciden sobre la decisión de las empresas para implementar estimaciones de huella de carbono. Estado de la cuestión.

Fuente: elaboración propia en base al análisis de la bibliografía.

Universidad de SanAndrés

De la revisión de estos autores hasta aquí se extraen algunas consideraciones importantes, útiles para la realización del posterior análisis:

a) Como especifican Delmas y Grant (2012), es necesario distinguir la certificación de procesos del etiquetado de productos, y de la implementación de prácticas de reducción de emisiones sin consideración de una medida específica.

b) Los consumidores finales no siempre tienen conciencia ambiental ni cuentan con suficiente información disponible como para elegir aquellos productos con menores emisiones de GEI (Viglizzo 2010, Delmas y Grant 2012).

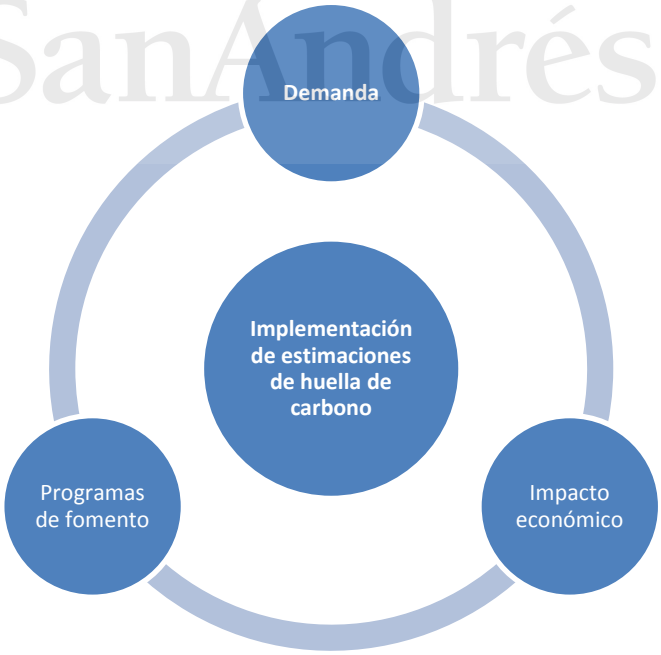
c) Para la mayoría de los autores analizados en este estado de la cuestión la demanda de los compradores parecer ser el principal factor que incide sobre la implementación de estimaciones de huella de carbono.

CAPÍTULO 4. Marco Teórico

En el presente apartado se presentarán los conceptos principales que serán utilizados a lo largo del escrito. Con ello se pretende facilitar la lectura y comprensión de las relaciones y conclusiones que se formularán en el análisis. Esta enunciación se hará tomando en consideración que el objetivo de este trabajo es explorar los elementos que inciden sobre la decisión de los empresarios del sector vitivinícola argentino de implementar estimaciones de huella de carbono.

Se evaluará el grado de coincidencia entre un conjunto de proposiciones teóricas derivadas del análisis de la bibliografía sobre el tema, y las percepciones y acciones de los empresarios del sector vitivinícola argentino. La variable dependiente de esta investigación es la implementación de estimaciones de huella de carbono. La revisión de la literatura ha permitido identificar tres factores que inciden sobre la misma, las variables independientes: (a) demanda, (b) programas de fomento, e (c) impacto económico. A continuación se analizará qué implica cada una de las variables mencionadas.

Gráfico II. Factores que inciden sobre la decisión de las empresas para implementar estimaciones de huella de carbono. Marco teórico.



Fuente: elaboración propia en base al análisis de la bibliografía.

4.1 Implementación de estimaciones de huella de carbono

El etiquetado, certificación o las estrategias de reducción de las emisiones de GEI referidas a la huella de carbono estarán comprendidas en el concepto de "estimación de huella de carbono". Se utilizará este concepto, y no el de medición, en tanto no hay una forma única de medirla y los resultados pueden variar según la metodología empleada o las etapas consideradas.

La implementación de acciones por parte de los miembros de una organización es el resultado de la influencia de diferentes factores y/o el resultado de su interacción. Para identificar estos factores en el caso de la implementación de estimaciones de huella de carbono, se retomarán construcciones teóricas desarrolladas por Christine Oliver (1997). Esta autora considera que puede haber predominio de uno u otro de los elementos identificados, o una relación dinámica entre ellos.

Oliver explica la toma de decisiones empleando una combinación entre teoría institucional y una perspectiva basada en los recursos. La perspectiva basada en los recursos describe la implementación de acciones como función de la interacción entre factores de decisión estratégica intra-firma y factores estratégicos externos. Las decisiones intra-firma son guiadas por la racionalidad económica y cálculos de eficiencia, efectividad y resultados. Las influencias externas son factores de la industria que impactan sobre la firma. Implican la incidencia del consumidor, el rol de la competencia y la estructura del mercado (Oliver 1997).

Por otro lado, la teoría institucional describe las decisiones influenciadas por el contexto de la institución. Las empresas operan en un marco social que incluye normas, valores, y algunos supuestos sociales sobre cuál debe ser el comportamiento de las organizaciones. En este sentido las decisiones no sólo son influenciadas por factores de decisión estratégica, sino por límites construidos socialmente. Bajo esta teoría se asume que tanto los individuos como las organizaciones buscan aprobación y son susceptibles a la influencia social (Oliver 1997).

A continuación se analizarán tres factores, considerados en este estudio a partir de su identificación en el análisis de la bibliografía. Estos tres serían aquellos que inciden sobre la decisión de la empresa de poner en marcha estimaciones de huella de carbono.

4.2 Demanda

El principal factor identificado por la bibliografía analizada como determinante de la implementación, o no, de estimaciones de huella de carbono es la demanda.

La demanda es la solicitud explícita o tácita de actores con incidencia sobre las decisiones de la empresa, para que en la misma se implementen determinadas acciones. Se entenderá que un cliente es la empresa u organización que adquiere o compra, de forma voluntaria y habitual, productos o servicios que necesita o desea para sí o para terceros. Un consumidor no adquiere de forma habitual productos o servicios de la empresa. Sin embargo lo esporádico del consumidor tiene la potencialidad de transformarse en estable, convirtiéndose en un cliente.

Citada por varios autores de los revisados en el estado de la cuestión realizado en este trabajo, la demanda de clientes o consumidores parece ser la principal fuerza que incide sobre la decisión de los empresarios para implementar la huella de carbono. Como analiza Oliver (1997), a las influencias externas como las demandas de los clientes o consumidores subyace la suposición de que los empresarios responderán implementando aquellas prácticas que les sean requeridas.

En tanto no hay un marco normativo específico referido a la huella de carbono, las demandas de los clientes o consumidores están basadas en criterios de sostenibilidad ambiental vinculados a valores o supuestos sociales de responsabilidad ambiental. En este marco la variable es considerada de carácter institucional, pues depende de valores o supuestos sociales del contexto. No siempre se dan pedidos explícitos de los clientes para implementar una medida. Muchas veces se dan demandas tácitas o percibidas, que los empresarios deducen a partir de la evaluación de la tendencia de los requerimientos del mercado.

Proposición I: Las demandas explícitas o tácitas (percibidas) de estimación de la huella de carbono por parte de los clientes y/o consumidores inciden sobre la decisión de los empresarios de implementarla o no.

4.3 Programas de fomento

Se entiende que los programas de fomento son aquellos que proveen apoyo técnico y/o financiero para la implementación de estimaciones de huella de carbono. A diferencia de esto, los programas meramente informativos si bien acercan al conocimiento del tópico y facilitan el proceso de conocimiento de la medida o de quienes pueden asesorar en su implementación, no implican una reducción de los costos. Los programas pueden ser desarrollados o solventados por el Estado nacional o provincial o derivados de iniciativas privadas de empresas o asociaciones.

Ximena Olmos (2012) incluye esta variable como una de las principales razones de los productores para implementar la huella de carbono. La experiencia, conocimiento y apoyo técnico de estos programas aportados por la iniciativa de la viña líder chilena parecen haber sido fundamentales para los viñedos más pequeños. De otro modo, los costos de poner en marcha la iniciativa de forma individual hubieran sido muy altos. El estudio de la CEPAL (2010) considera un factor analogable a este, la implementación de mecanismos de desarrollo limpio, que acerca a los empresarios herramientas técnicas y recursos humanos que pueden facilitar el conocimiento e implementación de medidas como la huella de carbono. Vinculado a estos dos trabajos, el análisis que aquí se realiza toma en consideración esta variable fundándose en que la existencia de programas de fomento pone al alcance del empresario las herramientas necesarias para acercarse a la huella de carbono, reduciendo los costos de implementarla. Estas características permiten entender esta variable como factor institucional.

Esta variable se operacionaliza como la existencia o no existencia de programas de fomento para introducir la huella de carbono. La contraparte es la existencia de programas de información, de disponibilidad general. Se contemplan programas impulsados tanto desde instituciones del estado nacional o provincial, organismos de investigación ligados a los mismos, universidades, como aquellos lanzados desde organizaciones de particulares o empresas privadas.

Si en el entorno hay disponibles recursos como información, tecnología o capacidades humanas, será más fácil la estimación de la huella de carbono. Será aún más fácil si hay programas de apoyo integral para la implementación. En general los programas de este tipo ofrecen la difusión de conocimientos entre los actores del medio, por lo que los

empresarios no sólo comienzan a conocer los programas y prácticas, sino comienzan a tener a su alcance herramientas para implementarlas. Aunque a veces los programas no lleguen a todos los productores, quien haya sido partícipe de los mismos puede funcionar como difusor del mensaje o de la práctica o, al ponerla en marcha, despertar el interés de los actores de la competencia.

Proposición II: Los programas de fomento inciden sobre la decisión de implementar estimaciones de huella de carbono. La razón que explica la relevancia de los programas de fomento para la decisión de aplicar la medida es que su existencia permite a las empresas reducir los costos de hacerlo.

4.4 Impacto económico

La tercera variable que incide sobre la decisión de implementar estimaciones de huella de carbono es el impacto económico percibido. El mismo resulta de las percepciones de la diferencia entre los beneficios por mejoras en productividad y los costos de puesta en marcha de la medida. Los beneficios resultan de la identificación de ineficiencias de uso de recursos a lo largo del proceso productivo. Los costos son entendidos como la inversión financiera, o en tiempo/esfuerzo que deben realizarse para poner en marcha estimaciones de huella de carbono.

La productividad es la relación entre los recursos utilizados y los productos obtenidos. La misma crece cuando hay un aumento del producto sin que haya un crecimiento proporcionalmente igual de los recursos, o cuando se logra producir algo con menos recursos (OIT 2005). Conforme a la literatura antes analizada parece ser que el uso de una medida como la huella de carbono permite identificar con mayor claridad las emisiones generadas en cada etapa del proceso productivo, permitiendo diseñar modificaciones orientadas a distribuir y hacer más eficiente el uso de los recursos.

El concepto de costos utilizado en este análisis trasciende la consideración de aquellos que se generan de manera directa e indirecta en la transformación de los insumos, o materias primas para los productos. Se consideran también los elementos percibidos de esfuerzo y tiempo para acercarse a herramientas como la huella de carbono. Al valor de poner en marcha el proceso de estimación de huella de carbono se agrega la capacidad de acceso a los recursos para hacerlo. Mientras más difícil sea contar con recursos

humanos y técnicos capacitados para aplicar alguna metodología de aquella medida, o con la información necesaria para poder cuantificar las emisiones, mayor será el costo relacionado a su implementación.

El impacto económico se trata de una variable de tipo explícitamente estratégico en tanto supone una decisión guiada por la racionalidad económica. Considera la diferencia entre los costos de poner en marcha estimaciones de huella de carbono y los resultados positivos percibidos que se pueden obtener en el corto, mediano o largo plazo por mejoras en la eficiencia productiva. Es fundamental su consideración en tanto el grueso de las decisiones de los empresarios depende de la estrategia diseñada a partir del resultado de la relación costo-beneficio.

Esta variable será operacionalizada como el resultado para las empresas de la relación costos/beneficios de estimar la huella de carbono de sus productos y/o procesos.

Proposición III: La percepción de beneficios en eficiencia productiva superior a los costos de la implementación de huella de carbono incide sobre la decisión de los empresarios de aplicar esta medida.

4.5 Metodología

Las tres proposiciones presentadas en la revisión de cada variable serán validadas a partir del análisis del caso específico de la implementación de la huella de carbono entre los productores del sector vitivinícola argentino. Se analizarán ocho casos de empresas similares en tamaño y orientación a las exportaciones. Cuatro de los mismos serán empresas que están llevando adelante procesos de certificación, etiquetado, o prácticas de reducción de emisiones explícitamente vinculadas a la identificación de la huella de carbono. Los otros cuatro casos serán empresa sobre las que inciden factores comunes o analogables, pero que no están implementando esta medida, por lo que servirán para evaluar desvíos.

En Argentina varios actores públicos y privados están trabajando el tema de las certificaciones y el etiquetado. El tópico es ampliamente difundido en el sector agropecuario, y uno de los más avanzados es el sector vitivinícola (Papendieck 2012). El estudio del caso particular de la industria del vino argentino permitirá un

acercamiento a resultados empíricos que dan cuenta de cómo y por qué los dueños de bodegas decidieron implementar la huella de carbono. No sólo se tomarán en cuenta los factores estratégicos, sino que se definirán aquellos factores de contexto que inciden sobre lo que racionalmente es eficiente para los productores (Hoskisson et al. 2000).

Se ha elegido el caso argentino en tanto se trata de un país que no forma parte del Anexo I de la CMNUCC, por lo que ni el Estado ni los actores privados tienen obligaciones específicas de reducción de emisiones. Aunque se fomentan e implementan acciones de adaptación al cambio climático, no hay planes concretos de mitigación desarrollados por el Estado. Los miembros de las instituciones ambientales estatales tienen mucho cuidado al tratar medidas como la huella de carbono, pues fomentarla puede llegar a significar una aceptación tácita de la implementación de una herramienta ligada a la mitigación. Implementar estrategias de este tipo implicaría asumir las responsabilidades y costos de enfrentar las emisiones de GEI sin ayuda de fondos extranjeros, lo cual no está alineado con la postura argentina respecto a estos temas en las negociaciones ambientales internacionales (CEI 2011).

La elección de las empresas a entrevistar estará basada en criterios que permitan disponer de casos con características similares. Uno de estos criterios es el tamaño, definido por el valor de ventas de la organización. El segundo criterio es el valor de las exportaciones, pues se tomarán aquellas con mayor orientación a los mercados extranjeros. Esto debido a que son las más sensibles a las tendencias de los mercados internacionales. Por lo anterior, otro de los criterios es el destino de las exportaciones, ya que serán elegidos aquellos casos que exportan a 'mercados ambientalmente sensibles'[6] (Aggio 2009).

La ubicación geográfica del viñedo no será uno de los criterios, pues los mercados identificados como 'sensibles' se ubican a gran distancia, y aquella que hay entre las unidades de análisis se vuelve marginal. Tampoco será definitorio si la empresa está unida a asociaciones de viñedos, o su vinculación particular con algún organismo estatal.

[6] Aggio considera a los mercados son sensibles "en función de su relevancia económica en el comercio mundial y por la centralidad que le están dando a la cuestión del cambio climático" (Aggio 2009, pp. 3)

Las entrevistas serán semi-estructuradas para posibilitar la obtención de respuestas más amplias que contemplen alguna característica no prevista en las proposiciones iniciales. Se preparará una guía de las preguntas en orden a tener un instrumento común de estudio de los casos [Anexo I]. Al principio se realizarán preguntas generales sobre el viñedo, como valor de las exportaciones, destino de las ventas, entre otras que permitirán identificar las características de las bodegas. Luego se consultará por las razones que motivaron a introducir o no en sus prácticas la huella de carbono. Estas últimas preguntas serán ordenadas según lo que en las proposiciones iniciales se identifican como motores de la implementación de la huella de carbono.

Una de las ventajas del uso del entrevistas es que se va a poder captar la percepción de los entrevistados, y entender cómo y por qué han llegado a tenerla (King 2004). Contemplar casos de características similares en los que se aplica y en los que no se aplica la huella de carbono permitirá tener control sobre la variación de las razones para implementarla.

QUAERERE VERUM
Universidad de
SanAndrés

CAPÍTULO 5. Sector vitivinícola argentino

Antes de iniciar el análisis del caso específico de la estimación de la huella de carbono en el sector vitivinícola nacional, es fundamental identificar sus características generales y ambientales, pues ellas inciden directamente sobre el interés y las capacidades de los actores para implementar o no medidas de este tipo.

5.1 Características generales

La producción vitivinícola está fundamentalmente ubicada a lo largo de la Cordillera de los Andes, abarcando 2.400 km desde Salta hasta Chubut. La región cordillerana comprende las provincias de Salta, Mendoza, San Juan, La Rioja, Catamarca, Neuquén, Río Negro y Chubut. Los productores más destacados son los de la provincia de Mendoza, que llegan a cubrir el 75% de la producción total de vinos del país, y San Juan, segundo productor, que cubre casi el 20% de los valores nacionales (PwC 2009).

Un informe de la Universidad Nacional de Cuyo (UNCu) destaca que el crecimiento y auge de la industria han sido factores determinantes en el desarrollo económico de las provincias productoras, generando una serie de actividades que inciden en las economías regionales, como la generación de empleo, mejora en las condiciones de vida de los habitantes aledaños, potenciamiento del turismo, la gastronomía, la hotelería, etc. (UNCu 2011).

Aparte de la importancia para las economías regionales, para las que realiza un aporte significativo, es relevante el potencial de producción y de generación de ingresos del sector para la economía nacional. El informe mencionado con anterioridad destaca que aunque el aporte de la industria vitivinícola al PBI nacional no es tan significativo, tuvo en 2010 una productividad por hectárea de 17.000 pesos, muy superior a la de otros sectores agrícolas como las oleaginosas, que sólo aportaron 2.100 pesos por hectárea. (UNCu 2011).

En el año 2011 Argentina se ubicó como el noveno consumidor mundial de vino. Las ventas para el mercado interno siguen siendo sumamente relevantes. Por ejemplo, un informe del año 2009 de la consultora Pricewaterhouse Coopers menciona que más del 70% de la producción se dedica al mercado interno. Sin embargo ha sido muy

importante la reorientación hacia la producción de vinos finos exportables a nuevos mercados. El consumo interno decreció y pasó de 80 litros de vino per cápita en la década del 80 a menos de 29,3 litros en 2006 (INV, 2013), mientras aumentaron las ventas al extranjero.

En los últimos 20 años se ha dado un importante crecimiento de la industria vitivinícola y de las exportaciones de vino, dejando posicionado al sector como uno de los más dinámicos (INV 2013). Desde 1990 se inició la mejora de la calidad enológica y el aumento de la superficie cultivada. A esto se sumó el proceso de apertura económica, incorporando la producción de vinos finos y la liberalización de los mercados, que permitieron el ingreso de inversiones y mejoras tecnológicas. Los cambios en las características y cantidades ofertadas permitieron el ingreso a nuevos mercados, pudiendo competir incluso en aquellos de regiones tradicionalmente consumidoras de vinos (INV, 2013).

Argentina comenzó a ocupar un lugar importante en el contexto vitivinícola mundial, posicionándose con gran competitividad en mercados como Francia, España e Italia. Los principales mercados de exportación son Estados Unidos –donde Argentina es el cuarto exportador luego de Italia, Francia y Australia—, Canadá, Brasil, el Reino Unido y los Países Bajos. Asimismo, se destacan por su rápida expansión las exportaciones a China, Suiza y Bélgica (MRECIC 2012). En la década del 2000 hubo una tendencia creciente en las exportaciones de la industria. Las ocasionales bajas en las ventas fueron compensadas por mejoras en el precio promedio, por lo que no se produjeron caídas en los ingresos totales por ventas al extranjero. En 2011 Argentina se posicionó como noveno exportador mundial de vinos, dándose entre 2002 y 2011 un crecimiento anual de 24%. Desde 2010 se vienen dando récords de facturación de las ventas (Wines of Argentina 2013).

Argentina pertenece al Grupo Mundial de Comercio de Vinos, que agrupa productores en incipiente expansión, entre los que se encuentran también Australia, Sudáfrica, Estados Unidos y Chile, algunos de sus principales competidores. Un informe estadístico de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) muestra que en el año 2011 Argentina se ubicó como quinto productor mundial de vino, colocándose como primer productor del Hemisferio Sur (OIV 2012).

La orientación de la producción a vinos más finos produjo la verticalización de la industria, formándose cúmulos de pequeños productores alrededor de las grandes bodegas que les compran la materia prima y le agregan valor que los primeros no podrían agregar debido a que no cuentan con la infraestructura apropiada (Azpiazu y Basualdo 2001). Durante 2010 las 10 principales bodegas exportadoras acumularon el 49.3% de las ventas (INV 2013). Aunque en los últimos años ha aumentado la cantidad de exportaciones aún no hay una participación destacada en mercados extranjeros específicos, ni una marcada identidad de los vinos (INV 2011).

En los últimos años se mantuvieron tasas crecientes de producción, aunque a un nivel más bajo por las leves caídas en la cantidad de ventas y por la falta de inversión. El crecimiento de la producción nacional entre los años 2007 y 2011 habría sido de 3%, a diferencia de los grandes saltos productivos de la competencia, 59% en el caso de Nueva Zelanda y 29% en el caso chileno (OIV 2012). Contar con los fondos necesarios, innovar en tecnología y acomodar el perfil productivo a los requerimientos, parecen ser fundamentales para evitar las pérdidas de competitividad en los mercados internacionales.

5.2 Estrategias de adaptación y mitigación en el sector

El clima de base de una región define el estilo de vino que la misma puede producir. Por lo tanto, es de suma relevancia investigar y trabajar sobre la incidencia del cambio climático sobre los cultivos. Sólo de ese modo se podrán planear acciones de adaptación o proyecciones de desarrollo de otros varietales que permitan mantener o aumentar de la actividad productiva.

Es muy relevante la consideración de las variaciones climáticas teniendo en cuenta la importancia de la producción nacional en el mercado internacional del vino. Por otro lado, cualquier modificación en los patrones de producción de la industria, o en su desenvolvimiento en los mercados, afecta directamente el estado de la economía nacional y de las economías regionales. En este sentido la sostenibilidad de la vitivinicultura se ha vuelto prioritaria no sólo para los productores y empresarios, sino también para los gobiernos.

Los cambios en el clima no necesariamente traen aparejados impactos negativos, pero es necesario reconocer la incidencia del fenómeno para identificar las estrategias de adaptación a implementar para hacer frente a él. En su estudio sobre las consecuencias del cambio climático en la industria vitivinícola nacional, Carla Aruani, investigadora del Instituto Nacional de Vitivinicultura, explica que debido a que las condiciones medioambientales tienen gran relevancia para el adecuado crecimiento y maduración de la uva, cualquier cambio en el clima tiene potencial para afectar significativamente –de forma positiva o negativa, la producción y la calidad de los vinos (Aruani 2011).

El cambio climático tiene efectos sobre el tipo de uva que producen las regiones, sobre sus características, las fechas de maduración y cosecha y el método industrial necesario para la producción del vino. Las subas o bajas en la humedad o en la condición de los vientos también producen variaciones en las condiciones y estrategias productivas, y hasta potencian efectos secundarios como la aparición de enfermedades y plagas (Aruani 2011).

La investigadora realizó encuestas sobre las percepciones y experiencias de la industria vitivinícola respecto al cambio climático. En la pregunta por el reconocimiento de los efectos del cambio del clima en la producción, el 65% de los encuestados respondió que percibe que el mismo afecta a la industria, mientras 22% no lo percibe y 12% no está seguro de su percepción. Aunque según las entrevistas la preocupación por los efectos del cambio climático es superior a la voluntad de implementación de prácticas ambientales, los resultados de las encuestas llevan a la autora a afirmar que la identificación de los efectos de las variaciones climáticas sobre la productividad puede motivar a los empresarios a implementar medidas ambientales (Aruani 2011).

A esto se suma que si algunas empresas implementan prácticas orientadas a la reducción de emisiones, las otras tienden a replicar la acción. En general la información llega desde otros productores o bodegas, como desde organizaciones vitivinícolas o desde el Estado. El reconocimiento de algunas prácticas ambientales permite a los productores conocer las otras que se están implementando.

En una pregunta por la asignación de responsabilidades sobre cuestiones ambientales el 85.5% de los encuestados respondió que el gobierno debe promover y concientizar

respecto a estrategias de adaptación y mitigación. En otra pregunta sobre quién es el responsable de implementar soluciones, el 75% opina que las entidades vitivinícolas son quienes deben hacerse cargo. Sin embargo este porcentaje se reduce a 56% en la pregunta sobre si es el productor quien debe promover acciones contra el cambio climático.

De todos modos, es necesario detenerse en el análisis del grado de responsabilidad que le genera al productor tener conciencia de los efectos del cambio climático, y en las acciones que están dispuestos a poner en marcha basados en estos análisis. En una investigación sobre la Gestión Sustentable y la Adaptación al Cambio Climático de la Industria Vitivinícola nacional Carla Aruani y Cristina Quini (2012) distinguen entre estrategias de adaptación y prácticas de gestión sustentable. Las autoras explican que mientras las estrategias de adaptación son respuestas a las consecuencias de las variaciones climáticas, las prácticas de gestión sustentable implican acciones integrales que introducen al sistema de gestión la parte social y la ambiental, incluyendo entre los objetivos la mitigación del cambio climático.

La adaptación al cambio climático implica la toma de medidas adecuadas para reducir los efectos negativos del fenómeno del cambio climático, aprovechando los positivos, mediante ajustes y cambios en los sistemas de producción. Es decir, se trata de un sistema de respuesta que conduce a mejorar la capacidad de hacer frente a los cambios en el clima, evitando o moderando los impactos y atenuando los daños de aquellos que son inevitables. Los resultados de implementar medidas de adaptación se manifiestan en el corto plazo.

Por otro lado, las estrategias de gestión sustentable implican la puesta en marcha de acciones que permiten implementar sistemas de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, que previenen las transformaciones climáticas en el mediano o largo plazo, e introducir prácticas productivas que contribuyen con el contexto social en el que se implementa el sistema productivo. Aruani y Quini explican que una de las principales dificultades de la implementación de estrategias de mitigación o gestión sustentable es que al ser soluciones de mediano y largo plazo, es más difícil su instalación en la mente de los productores (Aruani y Quini 2012).

Las autoras explican que aparte del plazo que diferencia las estrategias de mitigación de las de adaptación, otro de los principales impedimentos para la implementación de acciones de mitigación es la percepción de que las mismas son inversiones de tasa de retorno muy baja, muy poco amortizables, o en los peores casos, de que se trata más bien de gastos. Estos proyectos, que implican el trabajo en la promoción de la equidad social, el cuidado del medio ambiente, y la rentabilidad del entorno, no tienen una incidencia claramente directa sobre la empresa, sino que más bien sus efectos parecen ser absorbidos por el contexto.

Al ser el sector vitivinícola uno de los más vulnerables al cambio climático es esperable que ante cambios en las condiciones del medio los productores respondan con estrategias de adaptación. El estudio de Aruani y Quini (2012) da cuenta de que el grueso de las estrategias se implementan con fines meramente adaptativos y como búsqueda de soluciones de corto plazo a condiciones climáticas extremas y/o a una baja disponibilidad de recursos naturales, y no como acciones de gestión sustentable.

Bajo estas descripciones se torna interesante el análisis de la implementación de estimaciones de huella de carbono en el sector, puesto que no se trata de una medida de adaptación, sino que más bien está ligada a la mitigación en tanto permite la identificación de las emisiones de GEI para su posterior reducción. En este sentido los beneficios de la implementación de la huella de carbono sólo pueden percibirse en el mediano-largo plazo si es que la empresa implementa planes de reducción de emisiones o de aumento de la eficiencia en el uso de los recursos. Es importante resaltar que el estudio de Aruani y Quini destaca que el 50% de los entrevistados afirmó conocer la necesidad de implementar estimaciones de GEI y huella de carbono, y responde que es muy importante su consideración para no perder mercados internacionales o encontrar nuevos nichos de mercado.

QUAERERE VERUM
Universidad de
SanAndrés

CAPÍTULO 6. Motivaciones del sector vitivinícola para implementar huella de carbono

Como ha sido mencionado en capítulos anteriores, la huella de carbono suele ser relacionada con estrategias de mitigación del cambio climático. Sin embargo en sí misma no implica la reducción de emisiones de GEI, aunque sirve como referencia para la implementación de acciones que la reduzcan. El objetivo de este capítulo es entender la relación entre las variables independientes y la implementación de estimaciones de huella de carbono por parte de los empresarios vitivinícolas argentinos. Para ello se entrevistaron ocho empresas del sector de características similares.

6.1 Revisión general

Argentina pertenece a los países no parte del Anexo I de la CMNUCC, por lo que no está obligada a cumplir objetivos específicos de reducción de emisiones. Si bien desde organismos como la Secretaría de Ambiente, el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, y otras entidades del Estado se fomentan e implementan planes de adaptación a las variaciones climáticas, no parece haber una postura tan activa frente a las estrategias de mitigación. Aunque no haya programas específicos de fomento o apoyo de estas cuestiones desde el Estado hacia el sector vitivinícola (Quini y Aruani 2011), su creciente perfil exportador ha fortalecido la implementación de planes de sostenibilidad o estrategias de reducción de emisiones desde el ámbito privado. La puesta en marcha de acciones de sostenibilidad, sean de adaptación o no, está ligada al mantenimiento de la competitividad de la producción nacional en los mercados internacionales para el mediano y largo plazo.

Durante 2011 y 2012 se llevaron adelante dos reuniones de trabajo sobre la huella de carbono de productos agroexportables convocadas por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, y el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). En las mismas participaron el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), del Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA), la Asociación Argentina de Consorcios Regionales de Experimentación Agrícola (AACREA), la Asociación Argentina de Productores en Siembra Directa (AAPRESID), el Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM), representantes de la

Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sostenible de la Nación y del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto. Durante la primer reunión participaron representantes del Instituto Nacional de la Viña y el Vino (INV) y de la Bodega Salentein. En la segunda reunión, el tema vitivinícola fue tratado en tanto algunos de los investigadores incluyeron en sus presentaciones consideraciones de su vulnerabilidad ante una posible expansión de las demandas por estimaciones de huella de carbono.

El sector vitivinícola internacional ha avanzado en el tema particular de la huella de carbono, entre otras estrategias de sostenibilidad. En 2008, en el marco de la Organización Internacional de la Viña y el Vino fue elaborado el 'Protocolo Internacional del cálculo de emisiones de carbono en el Sector Vitivinícola', que tiene como uno de los objetivos principales la estimación de la huella de carbono de instalaciones y operaciones de las empresas (Olmos 2012). Bajo este análisis se ha determinado que una de las principales fuentes de emisión es el transporte internacional. Algunas de las entidades que trabajaron en la elaboración de este protocolo fueron el Instituto del Vino de California (Wine Institute of California), Viticultores de Nueva Zelandia (New Zeland Winegrowers), el Programa de Producción Integrada de Vino de Sudáfrica (South Africa's Integrated Production of Wine Program), y la Federación de Vinicultores de Australia (Winemakers Federation of Australia). Este protocolo sirve de marco para que los países parte de esta institución desarrollen protocolos nacionales de sostenibilidad, proceso en el cual está involucrada Argentina.

Durante 2010 Chile adaptó aquel documento a su industria. La versión argentina está en proceso de elaboración, impulsada por las bodegas más importantes del país, y apoyada por organismos de investigación como el INTA (Reginato 2013). En este Protocolo se contemplan estrategias para la gestión sostenible, que comprenden aspectos económicos, sociales y ambientales. Su adaptación a lo nacional implica el desarrollo de estándares locales de control de las emisiones, y la estandarización de la investigación y los planes de gestión sustentable.

El Instituto Nacional de Vitivinicultura y el INTA –organismos descentralizados del Ministerio de Agricultura de la Nación- están desarrollando investigaciones, y han convocado a algunas reuniones informativas sobre la huella de carbono. Desde el sector privado asociaciones como Bodegas de Argentina y Wines of Argentina, que concentran

un gran número de empresas del sector, están trabajando en el tema y promocionando la implementación.

6.2 Características específicas de las bodegas entrevistadas:

Para este estudio fueron entrevistadas ocho bodegas. Cuatro que implementan estimaciones de huella de carbono, y cuatro que no lo hacen. Se realizaron entrevistas vía telefónica y por correo electrónico. No se pudieron concretar encuentros personales en tanto todos los entrevistados residen en la Provincia de Mendoza.

Ante la consulta por el volumen de ventas y exportaciones, orientado a determinar el tamaño de las bodegas, no todos respondieron y no hubo respuestas específicas, por lo que el mismo se dedujo a partir de la información suministrada por publicaciones especializadas.

Entre los entrevistados hay representantes de las tres bodegas más grandes del país, Familia Zuccardi, Bodega Catena Zapata y el Grupo Peñaflor (Piedrahita 2013). También fueron entrevistados representantes de las Bodegas Salentein y Renacer, que hicieron público su trabajo sobre la huella de carbono (Diario La Nación 2011), y las bodegas Chandon, Norton y Nieto Senetiner. En el siguiente gráfico se muestra cuáles de las mencionadas implementan estimaciones de huella de carbono y cuáles no.

Cuadro I. Empresas que implementan o no implementan huella de carbono

IMPLEMENTAN	NO IMPLEMENTAN
• Familia Zuccardi	• Catena Zapata
• Salentein	• Grupo Peñaflor
• Renacer	• Chandon
• Norton	• Nieto Senetiner

Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas, 2013.

Todas estas bodegas concentran un importante porcentaje del total de la producción nacional, y en promedio destinan a la exportación aproximadamente el 50% del total de

su producción. No hay mucha diferencia en los mercados de destino. Los principales receptores de las exportaciones de estos viñedos son Estados Unidos, el Reino Unido, Francia, Rusia, Brasil, Canadá, China, Japón, Holanda y Finlandia. La mitad de estos países son considerados por el estudio del Centro de Economía Internacional 'mercados ambientalmente sensibles' (CEI 2012), lo que afianza la relevancia de considerar el análisis de este sector, en tanto los mercados receptores de sus ventas son pioneros en la introducción de la huella de carbono de productos y/o procesos.

La mayoría de las empresas entrevistadas está asociada al grupo Bodegas de Argentina, que concentra el 90 % de los productores vitivinícolas del país (Bodegas de Argentina 2013). Formar parte de este grupo les ha permitido conocer investigaciones sobre huella de carbono, y otros planes de sustentabilidad, a la vez que les ha facilitado el contacto con otras empresas que desarrollan actividades de este tipo haciendo menos difícil el acceso a la información.

Los primeros acercamientos a la medición de la huella de carbono, por parte de las bodegas datan aproximadamente de 2008. Sin embargo, no hay mucha información específica sobre las fechas en que cada bodega de las que implementan estimaciones de huella de carbono ha iniciado el proceso.

Los empresarios de bodegas que implementan huella de carbono diferencian con claridad las tres formas de introducción de la medida distinguidas en este trabajo: el etiquetado del producto, las certificaciones corporativas y las prácticas orientadas a la reducción de las emisiones de GEI que no necesariamente se traducen en certificación o etiquetado. Las empresas distinguen también la diferencia entre enfoques de producto (ciclo de vida) y de empresa (emisiones corporativas).

No hay un uso estandarizado de metodologías, y mientras algunas trabajan con certificadoras que utilizan como referencia la norma PAS 2050, otras usan Carbon Neutral, CarbonZero u otros protocolos. Por otro lado las bodegas que no implementan específicamente huella de carbono, sí desarrollan e implementan planes de sustentabilidad y aplican normas como la ISO 14.001 sobre gestión ambiental.

De las empresas entrevistadas sólo una mide la huella de carbono de uno de sus productos, Salentein. Las tres restantes realizan mediciones corporativas, es decir,

“incorporan emisiones directas e indirectas de la elaboración de los vinos, tomando en consideración las actividades de campos, bodegas y oficinas de administración” (Regginato 2013).

Demanda

En la revisión de la bibliografía se identificaron diferentes investigaciones que consideran la implementación de estimaciones de huella de carbono como respuesta a la demanda de los clientes y compradores (CEPAL 2010, Samaniego y Schneider 2010 LaFleur y Rosaasen 2011). La relación con aquellos actores tiene como resultado la influencia de sus solicitudes sobre el desarrollo de productos con determinadas características.

Aunque varían según el mercado, los principales clientes y consumidores de vinos en los países importadores son grandes cadenas de supermercados y de distribución. No hay contacto directo entre la bodega y los pequeños compradores. Los grandes importadores tienen mayor conocimiento del tema. Si bien las bodegas no tienen como exigencia del contexto en el que desarrollan su actividad comercial medir su huella de carbono para vender vinos, su implementación marca una diferencia a la hora de venderlos, ya que toda práctica de sostenibilidad es valorada por parte de los importadores que requieren su producto. A esto se agrega que como los países de la competencia están implementando estimaciones de huella de carbono, comienza a ser relevante contar con la medida para no perder competitividad frente a ellos.

Los representantes de las bodegas han expresado que los compradores sí les han solicitado la puesta en marcha de prácticas de sostenibilidad ambiental, y han priorizado la compra de productos de aquellas que cuentan con algún tipo de certificación. Susana Esquinazi de la Bodega Zuccardi (2013) explica que es relevante para los compradores que las empresas “cumplan con algún protocolo de sustentabilidad” para el que no necesariamente hay un estándar o certificaciones específicas, por lo que las certificaciones son una herramienta útil. Por eso algunas bodegas mantienen informados a los clientes sobre sus acciones ambientales. Parece ser que ante la demanda no concreta de estimaciones de huella de carbono, las bodegas etiquetan, certifican o implementan alguna acción ligada a la misma, pues funciona como una expresión de

que se están realizando acciones sustentables. También parece ser que desarrollan estas acciones previniendo una posible expansión del uso de la medida.

En base a esta información presentada, se ha armado un cuadro en el que se ubican las 8 bodegas entrevistadas en cuatro cuadrantes determinados por la existencia o no existencia de demanda, y según si la bodega implementa o no implementa estimaciones de huella de carbono. La existencia de demanda implica dos consideraciones relevantes: (a) demandas explícitas de los compradores de estimaciones de huella de carbono y (b) demandas tácitas (percibidas) de una posible expansión del uso de la huella de carbono.

Cuadro II. Distribución de las empresas según existencia o no existencia de demandas de implementación de estimaciones de huella de carbono

Demanda de huella de carbono	**Hay demanda**		**No hay demanda**
	Explícita	**Tácita (Percibida)**	
Implementa	Salentein	Renacer, Zuccardi, Norton	
No implementa	Peñaflor	Chandon	Nieto Senetiner, Catena Zapata

Fuente: elaboración propia en base al análisis de las entrevistas, 2013.

Universidad de SanAndrés

De este cuadro se extrajeron las siguientes conclusiones:

1) La demanda, sea explícita o percibida, parece incidir sobre la decisión de los empresarios de implementar estimaciones de huella de carbono, pues de los 6 casos que reciben demandas explícitas o percibidas, 4 implementan estimaciones de huella de carbono, mientras sólo 2 no lo hacen.

   (a) Todos los entrevistados respondieron que si hubiera demandas explícitas de huella de carbono la implementarían. Sin embargo sólo 1 de 2 que recibió demandas explícitas implementó la medida. Esto da la pauta de que la demanda explícita de huella de carbono no es condición suficiente para la implementación.

(b) Todos los productores recibieron demandas de acciones de sostenibilidad. De ese total, 4 consideran que en algún momento este pedido se va a traducir en una solicitud de estimaciones de huella de carbono. De esos 4, 3 implementan la medida. Esto da la pauta de que la percepción de un inminente aumento de la solicitud de medir la huella de carbono es uno de los factores que los conduce a implementarla.

2) De los 2 casos que no reciben demanda ninguno implementa. Esto fortalece el argumento de la relevancia de la existencia de demandas.

Programas de fomento

Del análisis de los programas de huella de carbono se desprenden dos tipos: (a) Programas de fomento y (b) Programas informativos. Los empresarios de las bodegas entrevistadas respondieron que la existencia de estos programas es de gran ayuda para la implementación de la medida. Aunque no es relevante la distinción entre programas públicos y privados, sí lo es la consideración de si son sólo informativos o si son de fomento y brindan apoyos más concretos en tanto proveen asistencia técnica y/o financiera.

En las reuniones de trabajo sobre huella de carbono del IICA y el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, el vino es considerado por varios de los expositores un producto potencialmente afectado y con altos desafíos por la expansión de la huella de carbono en los mercados receptores. Algunos de los entrevistados afirmaron que la colaboración del Estado contribuiría a que sea más extensiva la implementación de la medida, y que no se remita a la aplicación de empresas con capacidad financiera y recursos humanos y técnicos suficientes para enfrentar una acción de este tipo.

A nivel provincial es destacable el caso de la Secretaría de Ambiente de Mendoza, que en 2011 lanzó un plan de fomento de acciones de sostenibilidad empresarial en el marco del Programa de Producción más Limpia y Competitividad Empresarial lanzado en 2005 por el organismo análogo de la Nación. En este plan se contempla la estimación de la huella de carbono. La bodega seleccionada para poner en marcha este proyecto fue Familia Zuccardi, que recibió de la Secretaría provincial colaboración en el

acercamiento una consultora y en la financiación del proceso de certificación de la huella de carbono de la empresa.

Es relevante el rol de asociaciones privadas de empresas, como Bodegas de Argentina, que desarrollan planes de sustentabilidad, en los que se trata el tema de la huella de carbono. Gracias a la acción en el tema de esta organización un amplio rango de bodegas de diversos tamaños tomaron conocimiento del tema y se hizo para ellas más fácil el acceso a información o contactos para la implementación de la medida. También es destacable el accionar en promoción de sustentabilidad del INV, y las investigaciones del INTA Mendoza, organismos descentralizados del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

Sólo una de las tres bodegas más importantes en volumen de ventas del caso Argentino, Familia Zuccardi, está implementando estimaciones de huella de carbono. Si bien esta bodega fomenta el trabajo en sustentabilidad desde las asociaciones, las estimaciones de huella de carbono las trabaja con una consultora. Como Zuccardi recién está en la primer etapa de implementación, no se ha acercado a otras bodegas para realizar un proceso colaborativo, como sí ha ocurrido en el caso de la viña líder chilena.

A continuación se presenta un cuadro que toma en consideración los casos de aquellas bodegas que implementan y que no implementan estimaciones de huella de carbono, ubicándolas según su cercanía a programas de fomento o de información.

Cuadro III. Distribución de las empresas según existencia o no existencia de programas de fomento de implementación de estimaciones de huella de carbono

Tipos de programas de huella de carbono	Fomento	Información
Implementa	Zuccardi	Salentein, Norton, Renacer, Zuccardi
No implementa		Chandon, Nieto Senetiner, Catena Zapata, Peñaflor

Fuente: elaboración propia en base al análisis de las entrevistas, 2013.

Del análisis del cuadro se presentan las siguientes conclusiones:

1) Sólo de 1 de los 8 casos tomados ha sido beneficiario de un programa de fomento del Estado. El apoyo técnico y financiero ha conducido a esta empresa a llevar adelante el proceso de estimación de la huella de carbono.

2) Los representantes de las 8 bodegas han afirmado haber recibido información y asesoramiento sobre el tema de la huella de carbono, ya sea desde organismos privados como asociaciones de vitivinicultores, como de organismos del estado como el INTA, INTI e INV. De estos casos, sólo 4 han implementado estimaciones de huella de carbono, lo que indica que la disponibilidad de información sobre el tema no es un factor suficiente para la implementación.

Impacto Económico

Un tercer factor identificado como determinante de las motivaciones de los empresarios del sector vitivinícola es el impacto económico, resultante de la diferencia entre beneficios en productividad y costos de implementar estimaciones de huella de carbono.

Para estimar la huella de carbono las empresas deben enfrentar costos en capacidad técnica, investigación sobre estándares de las emisiones de GEI de cada proceso, identificación de las diferentes etapas del proceso, capacidad humana, entre otros elementos. Casi todos los entrevistados explicaron que para acercarse a la estimación deben contratar consultoras que certifican con diversas metodologías y criterios internacionales. Explicaron que a veces en el contexto no hay herramientas suficientes para iniciar el proceso de medición de la huella de carbono. Todo esto se traduce en la consideración de la implementación de estimaciones de huella de carbono como un proceso de costos altos.

Ante la pregunta por si desarrollarían de manera interna la estimación de huella de carbono, es decir, con sus propios recursos, cuatro contestaron que sí lo harían, pero que esperan poder realizarlo en el largo plazo. Esto debido a que no es un proceso fácil de realizar ni estandarizado, y las metodologías utilizadas varían entre mercados.

Los entrevistados que implementan estimaciones de huella de carbono respondieron que creen que ese proceso les permitirá reconocer el uso de recursos y generación de emisiones de cada una de las etapas del proceso productivo, e identificar posibles puntos donde deben realizarse mejoras para efectivizarlo. Es decir, registrar ineficiencias, mejorar la asignación de los recursos, y mejorar la productividad en general.

Pablo Palumbo de la Bodega Salentein explicó que estimar la huella de carbono le ha permitido a la empresa conocer desde otro punto de vista los procesos para tener un panorama diferente en cuanto a la eficiencia en el uso de los recursos (Palumbo 2013). En referencia al mismo tema Sergio Lucero, de la Bodega Norton, expresó que "el uso de esta herramienta tiene el potencial necesario para obtener mejoras en nuestros procesos y por ello en generar ahorros significativos, no obstante dependerá de la correcta interpretación de la información resultante obtenida y en las mejores decisiones a la hora de implementar acciones de mitigación" (Lucero 2013). Esto reconfirma el supuesto de este estudio de que la huella de carbono no se trata en sí misma de una herramienta de mitigación, sino que sirve como base para evaluar dónde aplicarla.

Una de las entrevistadas, por el contrario, explicó que la implementación de la medida, así como todas las cuestiones ambientales orientadas a la reducción de emisiones, se amortiza sólo en el mediano o largo plazo y a veces no se amortiza, por lo que el aliciente no está en un impacto económico positivo, sino en un mejoramiento de la imagen de la empresa antes los compradores y la sociedad en general (Piedrahita 2013).

En el siguiente cuadro se presentan los resultados de las entrevistas a los empresarios que implementan o no implementan estimaciones de huella de carbono, según si perciben que (a) los beneficios en productividad son más altos que los costos de implementación, o (b) los beneficios en productividad no son más altos que los costos de implementación.

QUAERERE VERUM
Universidad de
SanAndrés

Cuadro IV. Distribución de las empresas según percepción del impacto económico de la implementación de estimaciones de huella de carbono

Beneficio en productividad > costos de implementación	Si	No
Implementa	Salentein, Norton, Renacer	Zuccardi
No implementa	Catena Zapata	Chandon, Nieto Senetiner, Peñaflor

Fuente: elaboración propia en base al análisis de las entrevistas, 2013.

Del análisis de este cuadro resulta que:

1) 4 de las 8 empresas bajo análisis consideraron que la implementación de estimaciones de huella de carbono puede otorgarles beneficios en productividad que amortizan la inversión. 3 de estas 4 implementan la medida, lo que da la pauta de que el impacto económico es un factor relevante para las empresas al momento de decidir estimar sus emisiones de GEI.

2) 4 de las 8 empresas entrevistadas afirmaron que el beneficio de implementar estimaciones de huella de carbono no supera los costos de encarar y desarrollar el proceso. La percepción de un impacto económico no positivo parece incidir sobre la decisión de las empresas de no poner en marcha acciones referidas al tema.

QUAERERE VERUM
Universidad de San Andrés

CAPÍTULO 7. Conclusiones

El análisis del caso de los productores del sector vitivinícola argentino ha permitido un acercamiento a los factores que inciden sobre la decisión de los empresarios de implementar, o no, estimaciones de huella de carbono, cuya identificación es el principal objetivo de esta tesis.

En referencia al primer objetivo, se revisó el estado actual y los avances del sector en el tema. Aunque los empresarios argentinos no están obligados a seguir lineamientos estatales de reducción de emisiones porque el país no tiene la obligación de hacerlo -por no ser parte del Anexo I de la CMNUCC- algunos han puesto en marcha medidas cercanas a la mitigación, como la huella de carbono.

Se entrevistaron representantes de las empresas más grandes del sector. Todos afirmaron conocer el tema y estar desarrollando acciones orientadas a la sustentabilidad, no específicamente huella de carbono. Sin embargo el tema no parece ser tan difundido entre los productores medianos y pequeños (Aruani 2011).

El sector vitivinícola es muy sensible a las variaciones climáticas, por lo que tiene una marcada preocupación por la conservación del ambiente (Aruani 2011). Esto en línea con la investigación de Ximena Olmos (2012), que numera entre las motivaciones del sector vitivinícola la filosofía de sustentabilidad de los viñedos chilenos. Sin embargo la estimación de la huella de carbono trasciende las acciones de adaptación y es considerada una medida más bien cercana a los procesos de mitigación, con resultados de mediano o largo plazo.

En referencia al segundo objetivo, se enunciaron proposiciones que proporcionaron una guía para identificar los elementos que consideran los empresarios al momento de tomar la decisión de identificar la huella de carbono de sus productos y/o procesos. En base a la evaluación de la coincidencia entre aquellas formulaciones teóricas y las percepciones y comportamientos de los empresarios obtenidos de las entrevistas, se comprobó que los tres elementos identificados inciden sobre la decisión de implementar estimaciones de huella de carbono.

QUAERERE VERUM
Universidad de
San Andrés

Como el grueso de los autores considerados en el análisis de la literatura indica que la demanda es el factor fundamental que motiva a los empresarios a introducir la huella de carbono, la primera intuición respecto al tema fue que la misma es la fuerza motora de la implementación. Sin embargo, conforme a los análisis del caso, se ha podido concluir que los otros dos factores identificados, la existencia de programas de fomento y el impacto económico, tienen similar relevancia.

Quienes no reciben demanda de estimaciones de huella de carbono no implementan la medida. Aunque varios casos respondieron ante la demanda, es necesario distinguir que hay un caso en el que hay demanda, pero no respuesta, lo que da la pauta de que la demanda explícita de huella de carbono no es condición suficiente para la implementación. Es relevante la distinción entre demandas explícitas y percibidas, en tanto la huella de carbono se trata de una medida voluntaria, y si bien algunos compradores consultan por su implementación, lo hacen en un contexto general de buscar proveedores ambientalmente sostenibles. Es significativo que varios de los entrevistados respondan a las demandas percibidas para el futuro.

Muy pocos entrevistados conocen la existencia de programas que desde el Estado Nacional fomenten la implementación de la huella de carbono en el sector. Casi todos conocen las acciones de sustentabilidad propuestas por el INV, INTA, Bodegas de Argentina, Wines of Argentina y otras asociaciones de productores y reciben información sobre huella de carbono de estos organismos. En referencia a la proposición planteada, parece ser que es más probable la implementación de estimaciones de huella de carbono si hay programas de fomento que impliquen asistencia técnica y financiera. La información ayuda, pero como suele ser de carácter general, quienes tienen acceso a ella no necesariamente implementan la medida.

Otro de los factores con incidencia sobre la puesta en marcha, o no, de estimaciones de huella de carbono es el impacto económico resultante de la diferencia entre los beneficios en productividad percibidos y los costos de implementación. Aunque los costos son altos, algunos de los empresarios perciben que si se implementan las acciones adecuadas para reducir las emisiones y mejorar el uso de recursos, los beneficios pueden llegar a ser mayores, amortizando en el mediano o largo plazo la inversión inicial.

El análisis del caso y de las proposiciones ha permitido un acercamiento a los factores que inciden sobre la decisión de las empresas del sector vitivinícola de países no parte del Anexo I, para implementar estimaciones de huella de carbono. Si bien los resultados no se pueden extender a responder a la pregunta general que guió esta investigación, se puede considerar su importancia para otros estudios similares. La ampliación del número de casos y la identificación cuantitativa de los resultados podría fortalecer la relevancia de los factores identificados.

QUAERERE VERUM
Universidad de
SanAndrés

Bibliografía

Aggio, Carlos. 2009. Comercio y Cambio Climático. Brief #1 Sensibilidad de la canasta exportadora argentina. PNUD

Aguilar, Soledad. 2012. Huella de Carbono y el comercio internacional. Desafíos para América Latina. Informe ambiental anual 2012. Buenos Aires: Fundación Ambiente y Recursos Naturales. Pp. 51-72.

Ambec, Stefan y Lanoie, Paul. 2008. Does It Pay to Be Green? A Systematic Overview. Academy of Management Perspectives, Vol. 22 Issue 4.

Aruani, Carla y Quini, Cristina. 2012. Grado de compatibilidad entre la gestión sustentable y la adaptación al cambio climático en la industria vitivinícola argentina. Mendoza: Instituto Nacional de Vitivinicultura.

Aruani, Carla. 2011. Cambio Climático y Vitivinicultura en Argentina. Evaluación de la situación actual y proyecciones futuras, en base a datos empíricos y opiniones de los distintos sectores de la industria. Mendoza: Instituto Nacional de Vitivinicultura.

Ashraf, Naeem y Reynaud, Emmanuelle. 2012. Institutional and Strategic Motivations of Reducing Carbon Emissions under CDM. Gronen Research Conference. Euromed Management School, Marseille, France.

Azpiazu, Daniel y Basualdo, Eduardo. 2001. El complejo vitivinícola en los noventa: potencialidades y restricciones. Santiago de Chile: CEPAL.

Azpiazu, Daniel y Basualdo, Eduardo. 2003. Estudios sectoriales. Componente: Industria vitivinícola. Santiago de Chile: CEPAL.

Bouzas, Roberto, Aguilar Soledad. y Molinari, Patricia. 2010. Mitigación del Cambio Climático y Comercio Internacional. Buenos Aires. Universidad de San Andrés.

Campbell, John. 2007. Why Would Corporations Behave in Socially Responsible Ways? An Institutional Theory of Corporate Social Responsibility. Academy of Management Review.

Universidad de San Andrés

Centro de Economía Internacional. 2011. Ambiente y proteccionismo: el caso de la huella de carbono. Notas del CEI, Número 15-Marzo 2011. Buenos Aires.

Charles, H., Godfray, J., Beddington, J.R., Crute, I.R.. 2010. Food security: The challenge of feeding 9 billion people, Review.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. 2010. Boletín sobre la Vulnerabilidad del Comercio Internacional frente a la Huella de Carbono. Instituto Internacional para el Desarrollo Sostenible en colaboración con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Santiago de Chile.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. 2012. Panorama de la Inserción Internacional de América Latina y el Caribe, 2011-2012. Crisis duradera en el centro y nuevas oportunidades para las economías en desarrollo, Santiago de Chile.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. 2013. Panorama de la Inserción Internacional de América Latina y el Caribe, 2013. Lenta poscrisis, meganegociaciones comerciales y cadenas de valor: el espacio de acción regional, Santiago de Chile.

Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático (1992), Nueva York.

Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático (2007). Unidos por el Clima. Guía de la Convención sobre el Cambio Climático y el Protocolo de Kyoto, Bonn.

Delmas, Magali y Grant Laura. 2008. Eco-labeling strategies: the eco-premium puzzle in the wine industry. Working Paper No 13, America Association of Wine Economists.

Diario El Mundo. 2012. Acuerdo de mínimos para prolongar el Protocolo de Kioto hasta 2020, Agosto 8.
http://www.elmundo.es/elmundo/2012/12/08/natura/1354983553.html (Consultado: 18/08/2013)

QUAERERE VERUM
Universidad de
SanAndrés

Diario Financial Times. 2012. Tesco steps back on carbon footprint labelling, Julio 31. http://www.ft.com/cms/s/0/96fd9478-4b71-11e1-a325-00144feabdc0.html#axzz2TgT1xv8u (Consultado: 18/08/2013)

Diario La Nación. 2011. Una huella que alerta. http://www.lanacion.com.ar/1422528-una-huella-que-alerta (Consultado: 20/11/2013)

Diario Uno. 2011. La Bodega Salentein certificó la huella de carbono. http://www.diariouno.com.ar/economia/La-Bodega-Salentein-certifico-la-huella-de-carbono-20111218-0024.html (Consultado: 18/08/2013)

Galperín, Carlos, Fernandez, Silvia y Doporto Ivana. 2000. Los requisitos de acceso de carácter ambiental: ¿un problema futuro para las exportaciones argentinas?

Gore, Al. 1993. Earth in the balance, ecology and the human spirit. Ed. Pinguin, New York.

Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático. 2008. Cambio Climático 2007, Informe de Síntesis, Suiza.

Herreros, Sebastián. 2012. Comercio y cambio climático: vínculos conceptuales y de regulación internacional. Revista de Derecho Económico Internacional, Ciudad de México: Instituto Tecnológico Autónomo de México.

Herreros, Sebastián; Frohmann, Alicia; Mulder, Nanno y Olmos, Ximena. 2012. Huella de carbono y exportaciones de alimentos. Guía práctica, CEPAL, Santiago de Chile.

Hoskisson, Robert; Eden Lorraine; Lau, Chung y Wright, Mike. 2000. Strategy in emerging Economies, Academy of Management Journal.

Ihobe S.A.. 2009. Análisis de Ciclo de Vida y Huella de Carbono. Dos maneras de medir el impacto ambiental de un producto, Bilbao.

Instituto Nacional de Vitivinicultura. 2009. Plan Estratégico Argentina Vitivinícola 2020, Mendoza.

Universidad de San Andrés

Intergovernmental Panel on Climate Change. 1997. Directrices del IPCC para los inventarios nacionales de gases de efecto invernadero, versión revisada en 1996: Volumen I, Instrucciones para realizar el informe del inventario), París.

Intergovernmental Panel on Climate Change. 2007. Climate Change 2007: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. Cambridge University Press, Cambridge, United Kingdom and New York, Nueva York.

International Organization for Standardization. 2013. ISO 14067:2013. Greenhouse gases. Carbon footprint of products. Requirements and guidelines for quantification and communication, Ginebra.

Jha, V. y S. Zarrilli. 1993. Iniciativas de ecoetiquetado como obstáculos potenciales al comercio. Análisis desde la perspectiva de los países en desarrollo. Bogotá: Seminario Regional sobre Políticas Ambientales y Acceso al Mercado, SELA/UNCTAD/CEPAL.

King, Nigel. 2004. Using interviews in qualitative research. Essential Guide to Qualitative Methods in Organizational Research.

LaFleur, Marcelo y Rosaasen, Nevin. 2011. The era of carbon accounting: issues and implications for Latin American and Caribbean exports. CEPAL, Santiago de Chile.

Lottici, Victoria. 2012. La huella de carbono y su impacto potencial sobre las exportaciones argentinas. Serie de Estudios del CEI, 14. Centro de Economía Internacional, Buenos Aires.

Ministerio de Relaciones Exteriores y Comercio. 2012. Industria vitivinícola argentina. Calidad y tradición para el mundo, Buenos Aires.

Murillo, David. 2007. La competitividad exportadora de los sectores ambientalmente sensibles y la construcción de un patrón exportador sostenible en América Latina y el Caribe. CEPAL, Santiago de Chile.

Universidad de San Andrés

Obschatko, Edith, Foti, María del Pilar, Román, Marcela. 2007. Los pequeños productores en la República Argentina. Importancia en la producción agropecuaria y en el empleo en base al Censo Nacional Agropecuario 2002. IICA, Buenos Aires.

Oliver, Christina. 1997. Sustainable competitive advantage: Combining institutional and resource based views. Strategic Management Journal, Vol. 18. Schulich School of Business, York University, Toronto.

Olmos, Ximena. 2012. Huella de Carbono, el caso de las viñas chilenas. Trabajo guiado por Sebastián Herreros. Universidad de Chile, Instituto de Estudios Internacionales, Santiago de Chile.

Organización Internacional del Trabajo. 2005. Informe sobre el empleo en el mundo 2004-2005: Empleo, productividad y reducción de la pobreza, Ginebra.

Organización Internacional del Vino. 2013. Informe estadístico sobre la vitivinicultura mundial 2012, París.

Organización Mundial de Comercio. 2009. El Comercio y el Cambio Climático-Informe del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y de la Organización Mundial de Comercio, Suiza.

Papendieck, Sabine. 2010. La huella de carbono como nuevo estándar ambiental en el comercio internacional de agroalimentos. Sociedad Rural Argentina, Buenos Aires.

Porter, Michael .1991. America's Green Strategy, Scientific America.

PricewaterhouseCoopers. 2009. Efectos del cambio climático sobre la industria vitivinícola de la Argentina y Chile. Estudio sobre los impactos y las medidas de adaptación en un escenario de calentamiento global hacia el año 2050, Buenos Aires.

Samaniego, José y Schneider, Heloísa. 2010. Metodologías de cálculo de la Huella de Carbono y sus potenciales implicaciones para América Latina. CEPAL, Santiago de Chile.

QUAERERE VERUM
Universidad de
SanAndrés

Universidad Nacional de Cuyo. 2011. Impacto de la vitivinicultura en la economía argentina 2010. Facultad de Ciencias Económicas, Mendoza.

Viglizzo, Ernesto. 2010. Huella de carbono, agricultura y ambiente en el Cono Sur de Sudamérica. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, Montevideo.

World Resources Institute y Big Room Inc. 2010. 2010 Global Ecolabel Monitor: Towards Transparency, Washington.

Páginas web visitadas

Carbon Trust Foundation, "Footprint footprint labels", http://www.carbontrust.com/client-services/footprinting/footprint-certification/carbon-reduction-label (Consultado: 18/08/2013)

Comisión Económica para América Latina y el Caribe, "Seminario online 2012", http://www.eclac.cl/comercio/tpl/contenidos/Environmental_policy_Galatola.pdf (Consultado: 18/08/2013)

Comisión Económica para América Latina y el Caribe, "Seminario online 2013", http://www.eclac.cl/ (Consultado: 18/05/2013)

Directorio Legislativo, "Construcción y difusión de la fórmula de cálculo de la huella de carbono, http://www.directoriolegislativo.org/sector-agroindustrial/construccion-y-difusion-de-la-formula-de-calculo-de-huella-de-carbono/ (Consultado: 18/08/2013)

Instituto Nacional de Vitivinicultura, "Objetivos del INV", www.inv.com.ar (Consultado: 18/08/2013)

Wines of Argentina, "Exportaciones vitivinícolas de Argentina", www.winesofargentina.org.ar (Consultado: 18/08/2013)

Entrevistas personales

Galbusera, Sebastián. Entrevista en el marco del desarrollo de un proyecto de Ley sobre huella de carbono. 10/10/2012, Buenos Aires.

Kuret, Milton. Bodega Nieto Senetiner, Gerente de Operaciones. Entrevista para tesis sobre motivaciones para implementación de huella de carbono en el sector vitivinícola argentino. Noviembre 2013, Buenos Aires.

Lucero, Sergio. Bodega Norton, Jefe de Gestión de Calidad. Entrevista para tesis sobre motivaciones para implementación de huella de carbono en el sector vitivinícola argentino. Noviembre 2013, Buenos Aires.

Orso, Valeria. Bodega Renacer, Jefa de Marketing y Comunicación. Entrevista para tesis sobre motivaciones para implementación de huella de carbono en el sector vitivinícola argentino. Noviembre 2013, Buenos Aires.

Palumbo, Pablo. Bodega Salentein, Gerente de calidad y desarrollo. Entrevista para tesis sobre motivaciones para implementación de huella de carbono en el sector vitivinícola argentino. Noviembre 2013, Buenos Aires.

Papendieck, Sabine. Entrevista en el marco del desarrollo de un proyecto de Ley sobre huella de carbono. 10/10/2012, Buenos Aires.

Piedrahita, Claudia y Esquinazi, Susana. Marketing Manager y Asistente del Director de operaciones respectivamente. Bodega Familia Zuccardi. Entrevista para tesis sobre motivaciones para implementación de huella de carbono en el sector vitivinícola argentino. Noviembre 2013, Buenos Aires.

Reginato, Luis. Bodega Catena Zapata, Director de Viñedos. Entrevista para tesis sobre motivaciones para implementación de huella de carbono en el sector vitivinícola argentino. Noviembre 2013, Buenos Aires.

Soliz, Carlos. Bodega Chandon, Gerente de Calidad y Gestión Ambiental. Entrevista para tesis sobre motivaciones para implementación de huella de carbono en el sector vitivinícola argentino. Noviembre 2013, Buenos Aires.

Vega, Claudio. Grupo Peñaflor, Gerente de Producción. Entrevista para tesis sobre motivaciones para implementación de huella de carbono en el sector vitivinícola argentino. Noviembre 2013, Buenos Aires.

QUAERERE VERUM
Universidad de
San Andrés

Anexos

Anexo I. Entrevistas

a) Plantillas de entrevistas

Entrevista a productores que implementan huella de carbono

Información General
Nombre de la empresa:
Ubicación:
Entrevistado/cargo:

Principales mercados (países):
Tamaño de los principales clientes en mercados extranjeros (grandes/medianos/pequeños):
Principales competidores (países):

Exportaciones anuales (más de):
Porcentaje de las ventas asignado a sustentabilidad:
Porcentaje del anterior presupuesto destinado a programas de huella de carbono:

Información específica

1. ¿Desde cuándo implementan actividades relacionadas a estimar la huella de carbono?
2. En la actualidad, ¿qué proceso implementan?
   - Acciones de reducción de emisiones sin certificación ni etiquetado
   - Certificación
   - Etiquetado
3. ¿Cómo realiza el cálculo de huella de carbono? ¿Lo asesora una consultora? ¿Cuál?
4. ¿Considera que es un proceso que podría llevar adelante sin la ayuda de un agente externo?
5. ¿Lo motiva o ayuda que pares nacionales implementen la huella de carbono?
6. ¿La empresa es parte de alguna entidad asociativa como el Instituto Nacional de Vitivinicultura, Wines of Argentina, Bodegas de Argentina o alguna cámara u organismo, que fomente programas de huella de carbono?
7. ¿Conoce algún programa que desde organismos del estado (INTA, Ministerio de Agricultura, etc.) promocione que las empresas del sector calculen huella de carbono? Este apoyo estatal, ¿facilita que ud. implemente las prácticas?

8. ¿Ha enfrentado algún tipo de restricción explícita de sus clientes referida a huella de carbono?

9. ¿Qué factores inciden sobre el tamaño del presupuesto destinado a sustentabilidad-programas de huella de carbono?

10. ¿Cree que se trata de un proceso de costos muy altos? ¿Ha hallado los recursos técnicos, tecnológicos y humanos necesarios en el mercado local a un costo razonable?

11. ¿Considera que va a recuperar la inversión en huella de carbono? ¿Qué beneficios obtiene de implementar el cálculo de huella de carbono? ¿Cuáles considera que le puede aportar en el futuro?

12. ¿La introducción de esta práctica le ha permitido identificar falencias en el uso de recursos a lo largo de la cadena productiva o en su empresa?

13. ¿Se considera mejor posicionado frente a sus pares nacionales? ¿Y frente a sus pares extranjeros?

Entrevista a productores que no implementan huella de carbono

Información General

Nombre de la empresa:
Ubicación:
Entrevistado/cargo:

Principales mercados (países):
Tamaño de los principales clientes en mercados extranjeros (grandes/medianos/pequeños):
Principales competidores (países):

Exportaciones anuales (más de):
Porcentaje de las ventas asignado a sustentabilidad:

Información específica

1. ¿Conoce el tema huella de carbono?

2. ¿Ha enfrentado algún tipo de restricción explícita referida a huella de carbono? ¿Cuándo?

3. ¿Cuál ha sido la principal razón para no incluir certificación/etiquetado de huella de carbono en sus planes de sustentabilidad?

4. ¿Implementaría esta medida en el futuro?

QUAERERE VERUM
Universidad de SanAndres

5. ¿Considera que puede ayudar a la empresa a mantener su competitividad? ¿Y a obtener otros beneficios?

6. ¿Cree que se trata de un proceso de costos muy altos?

7. ¿Considera que es un proceso que le insumiría recursos humanos y técnicos difíciles de conseguir?

8. ¿Si existieran programas del Estado que promocionen que las empresas del sector calculen HC y faciliten el proceso, su empresa la calcularía?

9. ¿Lo motivaría saber que otras empresas de la competencia nacional están implementado la medida?

b) Respuestas a las entrevistas

BODEGAS QUE IMPLEMENTAN ESTIMACIONES DE HUELLA DE CARBONO

BODEGA NORTON

Información General

Nombre de la empresa: Bodega Norton

Ubicación: Mendoza, Argentina

Entrevistado/cargo: Sergio Lucero, Jefe de Gestión de Calidad

Principales mercados (países): USA, Holanda, Japón, Canadá, Brasil, UK

Porcentaje de las ventas destinadas a exportación: 42%

Tamaño de los principales clientes en mercados extranjeros (grandes/medianos/pequeños): Medianos/Grandes

Principales competidores (países): Sudáfrica, Chile, Nueva Zelanda

Exportaciones anuales (más de): 600.000 cajas de 9 litros

Porcentaje de las ventas asignado a sustentabilidad: No estimado

Porcentaje del presupuesto de sustentabilidad destinado a programas de huella de carbono: No estimado

Información específica

1. ¿Desde cuándo implementan actividades relacionadas a estimar la huella de carbono?

Desde hace 2 años.

2. En la actualidad, ¿qué proceso implementan?

- Acciones de reducción de emisiones sin certificación ni etiquetado: Actualmente en proceso de identificación de fuentes de reducción
- Certificación
- Etiquetado

3. ¿Cómo realiza el cálculo de huella de carbono? ¿Lo asesora una consultora? ¿Cuál?

Contamos con el asesoramiento de un consultor externo, Ing. Mauricio Olmedo de la consultora CADYS. La metodología surgió de una adaptación a nuestros procesos y considera el ciclo de vida del producto desde la producción primaria hasta la disposición final.

4. ¿Considera que es un proceso que podría llevar adelante sin la ayuda de un agente externo?

En nuestro caso estimo poco viable realizar este proceso sin la colaboración de un agente externo, ya que son herramientas muy nuevas que requieren de especialistas correctamente entrenados y generalmente las empresas no cuentan entre sus colaboradores con personas que puedan dedicarse a liderar un proyecto de tal envergadura.

5. ¿Lo motiva o ayuda que pares nacionales implementen la huella de carbono?

Es importante saber que existen otras compañías del mismo rubro o distinto que también visualizan un valor agregado determinar la huella de carbono.

6. ¿La empresa es parte de alguna entidad asociativa como el Instituto Nacional de Vitivinicultura, Wines of Argentina, Bodegas de Argentina o alguna cámara u organismo, que fomente programas de huella de carbono?

Formamos parte de la comisión de sustentabilidad de Bodegas de Argentina, y desde allí hemos propiciado la divulgación de este tema como estratégico para el futuro de la actividad

7. ¿Conoce algún programa que desde organismos del estado (INTA, Ministerio de Agricultura, etc.) promocione que las empresas del sector calculen HC? Este apoyo estatal, ¿facilita que ud. implemente las prácticas?

Desde la comisión se ha trabajado en conjunto con entes estatales como el INTA y Universidades, los cuales han formado parte del consejo de generación del protocolo de

sustentabilidad de la vitivinicultura en Argentina, desde luego es valioso el aporte de las instituciones.

8. ¿Ha enfrentado algún tipo de restricción explícita de sus clientes referida a huella de carbono?

En principio podemos decir que son pocos los clientes que conocen del tema y que lo requieren a modo informativo, el resto todavía no lo ha expresado como una necesidad.

9. ¿Qué factores inciden sobre el tamaño del presupuesto destinado a sustentabilidad-programas de huella de carbono?

Principalmente los aspectos energético y logístico poseen, en nuestra actividad, un alto impacto por lo cual es importante identificar en ellos las posibles mejoras.

10. ¿Cree que se trata de un proceso de costos muy altos? ¿Ha hallado los recursos técnicos, tecnológicos y humanos necesarios en el mercado local a un costo razonable?

Como la gran mayoría de estas herramientas de gestión, el costo está asociado al alcance que se le pretenda dar y al grado de complejidad de los procesos involucrados, desde ya que es ventajoso poseer un recurso humano formado y entrenado en este tipo de herramientas de gestión, esta ventaja se capitaliza en obtener resultados confiables en menor tiempo y a menor costo que si debemos terciarizar toda la operatoria. Debemos reconocer que si bien cuesta conseguir recursos apropiados, es una tarea que nos brinda las mejores posibilidades.

11. ¿Considera que va a recuperar la inversión en huella de carbono? ¿Qué beneficios obtiene de implementar el cálculo de huella de carbono? ¿Cuáles considera que le puede aportar en el futuro?

Entendemos que el uso de esta herramienta tiene el potencial necesario para obtener mejoras en nuestros procesos y por ello en generar ahorros significativos, no obstante dependerá de la correcta interpretación de la información resultante obtenida y en las mejores decisiones a la hora de implementar acciones de mitigación

12. ¿La introducción de esta práctica le ha permitido identificar falencias en el uso de recursos a lo largo de la cadena productiva o en su empresa?

Efectivamente, esta herramienta nos ha permitido conocer en profundidad nuestros procesos y en identificar las posibles mejoras que debemos implementar, conocer desde otro punto de vista los procesos nos ha posibilitado tener otro panorama en cuanto a la eficiencia en el uso de los recursos.

Universidad de San Andrés

13. ¿Se considera mejor posicionado frente a sus pares nacionales? ¿Y frente a sus pares extranjeros?

Entendemos que nuestra actividad posee un alto nivel de competitividad por tal motivo entendemos que es una obligación conocer y hacer uso de este tipo de herramientas de gestión que nos proporcionen un posicionamiento a nivel global.

BODEGA RENACER

Información General

Nombre de la empresa: Bodega Renacer

Ubicación: Mendoza, Argentina

Entrevistado/cargo: Valeria Orso, Departamento de Marketing y Comunicación

Principales mercados (países): Estados Unidos, Inglaterra, Holanda, China, Brasil y Canadá.

Tamaño de los principales clientes en mercados extranjeros (grandes/medianos/pequeños): Medianos, grandes.

Principales competidores (países): Chile, Nueva Zelanda, Australia.

Exportaciones anuales (más de): S/D.

Porcentaje de las ventas asignado a sustentabilidad: No estimado.

Porcentaje del anterior presupuesto destinado a programas de huella de carbono: No estimado.

Información específica

1. ¿Desde cuándo implementan actividades relacionadas a estimar la huella de carbono?
   Bodega Renacer fue la primera bodega argentina que certifica huella de carbono. Además propicio la utilización de energía solar y la primera en neutralizar sus emisiones de carbono. En el año 2008.
2. En la actualidad, ¿qué proceso implementan?
   - Acciones de reducción de emisiones sin certificación ni etiquetado
   - Certificación
   - Etiquetado

Cada día, Bodega Renacer comercializa cientos de cajas por el mundo a través de camiones y barcos hasta que los vinos llegan a su destino final. En el proceso de entrega de los vinos, miles de emisiones de carbono son lanzadas a la atmósfera, contribuyendo al calentamiento global. En orden de reducir las emisiones de carbono, la bodega trabajó junto a la compañía Carbón Neutral para certificar su proceso de entrega de los productos.

Para calcular el impacto de estas emisiones, la bodega estuvo sometida a un proceso de auditoría durante más de 2 meses, tomando en consideración todos los pasos necesarios para entregar los vinos de Renacer a los distintos mercados. La experiencia e integridad de Carbón Neutral como también su exigente proceso de verificación trajeron los primeros resultados: 250 Toneladas de CO2 son liberadas a la atmósfera cada año debido a la entrega de los productos a los distintos mercados.

En Bodega Renacer se almacena el agua cordillerana en lagunas artificiales para proveer a sus plantas sólo del agua que necesitan, minimizando así su uso. Toda el agua que devuelven al medio ambiente está en su forma natural, libre de tóxicos por lo que preserva los recursos naturales.

3. ¿Cómo realiza el cálculo de huella de carbono? ¿Lo asesora una consultora? ¿Cuál?

La compañía CarbonNeutral es especialista mundial en el asesoramiento y ayuda para la disminución de emisiones de carbono. Desde sus comienzos en 1997,han trabajado con más de 300 empresas a lo largo del mundo, en más de 32 países, y ayudado a reducir más de 4 millones de toneladas en más de 300 proyectos que abarcan 5 continentes. En el 2006, y auspiciado por la compañía CarbonNeutral, el vice presidente de Estados Unidos Al Gore presentó su libro “An Inconvenient Truth” en la galería Tate. Todas las emisiones de carbono producidas en dicha conferencia fueron reducidas a cero.

4. ¿Considera que es un proceso que podría llevar adelante sin la ayuda de un agente externo?

No sin duda la participación de la consultora valida y avala nuestro proceso.

5. ¿Lo motiva o ayuda que pares nacionales implementen la huella de carbono?

Si.

6. ¿La empresa es parte de alguna entidad asociativa como el Instituto Nacional de Vitivinicultura, Wines of Argentina, Bodegas de Argentina o alguna cámara u organismo, que fomente programas de huella de carbono?

Si, formamos parte de todas las asociaciones Wines of Argentina, INV y Bodegas de Argentinas y tenemos permanentes reuniones porque el cuidado del medio ambiente está en nuestra misión.

7. ¿Conoce algún programa que desde organismos del estado (INTA, Ministerio de Agricultura, etc.) promocione que las empresas del sector calculen HC? Este apoyo estatal, ¿facilita que ud. implemente las prácticas?

No.

8. ¿Ha enfrentado algún tipo de restricción explícita de sus clientes referida a huella de carbono? No

9. ¿Qué factores inciden sobre el tamaño del presupuesto destinado a sustentabilidad-programas de huella de carbono? Ns/NC

10. ¿Cree que se trata de un proceso de costos muy altos? ¿Ha hallado los recursos técnicos, tecnológicos y humanos necesarios en el mercado local a un costo razonable?

Es un proceso que demanda una inversión extra, pero la hacemos gustosos porque creemos en este tipo de actividades.

11. ¿Considera que va a recuperar la inversión en huella de carbono? ¿Qué beneficios obtiene de implementar el cálculo de huella de carbono? ¿Cuáles considera que le puede aportar en el futuro?

Sí, gracias a la medición de la huella de carbono pueden identificarse formas para mejorar el uso de los recursos.

12. ¿La introducción de esta práctica le ha permitido identificar falencias en el uso de recursos a lo largo de la cadena productiva o en su empresa?

La forma de contribuir es ser más eficiente, producir más con la misma cantidad de recursos o la misma cantidad de producto con menos recursos. Así surge la primera respuesta al tema, que es la “eco-eficiencia”. Una de las herramientas de esta es la huella de carbono, que permite estandarizar distintos productos.

13. ¿Se considera mejor posicionado frente a sus pares nacionales? ¿Y frente a sus pares extranjeros?

Los gobiernos y las industrias de todo el mundo están estableciendo objetivos para disminuir los niveles de gases de efecto invernadero (GEI). Para ello es vital la confiabilidad que tienen los datos utilizados para fijar esos objetivos y para realizar declaraciones de reducción de emisiones.

BODEGA FAMILIA ZUCCARDI

Información General

Nombre de la empresa: **Bodega Familia Zuccardi**

Ubicación: Mendoza, Argentina

Entrevistado/cargo: Claudia Piedrahita, Marketing Manager y Susana Esquinazi, Executive Director Assistant – Corporate Social Responsibility Manager.

Principales mercados (países): USA, Canadá, Holanda, Reino Unido, Finlandia, Brasil.

Porcentaje de las ventas destinadas a exportación: 50%

Tamaño de los principales clientes en mercados extranjeros (grandes/medianos/pequeños): Cadenas de supermercados, vinotecas, restaurantes. El tipo de cliente depende del mercado de destino, pero en general son medianos y grandes.

Principales competidores (países): Sudáfrica, Chile y los otros dos viñedos grandes Peñaflor y Catena Zapata.

Exportaciones anuales (más de): NS/NC

Porcentaje de las ventas asignado a sustentabilidad: No estimado

Porcentaje del presupuesto de sustentabilidad destinado a programas de huella de carbono: Varía anualmente.

Información específica

1. ¿Desde cuándo implementan actividades relacionadas a estimar la huella de carbono?

En 2012 iniciaron el proceso con la ayuda de la Secretaría de Ambiente de la provincia porque fueron elegidos para ser parte de un programa de sustentabilidad.

2. En la actualidad, ¿qué proceso implementan?

- Acciones de reducción de emisiones sin certificación ni etiquetado.
- Certificación: Se están midiendo las emisiones de toda la empresa, desde la producción hasta pequeños detalles de operatoria de la empresa.
- Etiquetado

3. ¿Cómo realiza el cálculo de huella de carbono? ¿Lo asesora una consultora? ¿Cuál? Contamos con el asesoramiento de un consultor externo, Ing. Mauricio Olmedo de la Trabajamos con el asesoramiento de una consultora, con la que tuvimos contacto a través del programa de la Secretaría.

4. ¿Considera que es un proceso que podría llevar adelante sin la ayuda de un agente externo?

Aún no es factible desarrollar de forma autónoma este proceso. Es necesario esperar a que haya más indicadores nacionales, pues la consultora tuvo que importar muchas herramientas de medición desde el exterior.

Tenemos recursos humanos capacitados que pueden aprender a realizar el proceso, pero esto es algo que sólo podrá darse en el largo plazo.

5. ¿Lo motiva o ayuda que pares nacionales implementen la huella de carbono?

Sí, si los pares nacionales llevan adelante el proceso es porque deben tener razones lógicas para hacerlo que podrían resultar interesante para la bodega. Sin embargo no parece hacer muchos competidores que estén desarrollando actividades de este tipo. La Bodega fomenta acciones de sustentabilidad participando en la Comisión de Sustentabilidad de la organización Bodegas de Argentina.

6. ¿La empresa es parte de alguna entidad asociativa como el Instituto Nacional de Vitivinicultura, Wines of Argentina, Bodegas de Argentina o alguna cámara u organismo, que fomente programas de huella de carbono?

Si, es parte de Bodegas de Argentina y está registrada en el INV.

7. ¿Conoce algún programa que desde organismos del estado (INTA, Ministerio de Agricultura, etc.) promocione que las empresas del sector calculen HC? Este apoyo estatal, ¿facilita que ud. implemente las prácticas?

Si, el programa en que ingresó la bodega en 2012 y que le está permitiendo estimar la huella de carbono con la ayuda de una consultora externa.

8. ¿Ha enfrentado algún tipo de restricción explícita de sus clientes referida a huella de carbono?

Los clientes no piden explícitamente mediciones de huella de carbono, pero sí acciones de sustentabilidad. Aunque no restringen las compras si la bodega no las tiene, prefieren comprar productos de empresas que implementan prácticas de sostenibilidad.

Universidad de San Andrés

9. ¿Qué factores inciden sobre el tamaño del presupuesto destinado a sustentabilidad-programas de huella de carbono?

El presupuesto va variando según las necesidades. No se determina un presupuesto anual. La sostenibilidad es muy relevante para la empresa, que históricamente ha tenido un perfil de sostenibilidad ambiental.

10. ¿Cree que se trata de un proceso de costos muy altos? ¿Ha hallado los recursos técnicos, tecnológicos y humanos necesarios en el mercado local a un costo razonable?

Si son costos altos, y muchas veces es difícil conseguir información. Sin embargo, es un gasto que vale la pena en tanto permite afianzar el perfil ambiental de la empresa. Familia Zuccardi no sólo contempla la sostenibilidad ambiental sino también social y económica.

11. ¿Considera que va a recuperar la inversión en huella de carbono? ¿Qué beneficios obtiene de implementar el cálculo de huella de carbono? ¿Cuáles considera que le puede aportar en el futuro?

Aunque la huella de carbono sea difícil de amortizar incluso en el mediano y largo plazo, es importante el cuidado del ambiente y los recursos. Aunque no todos los compradores la conocen o demandan, su uso es significativo cuando se trata de demostrar que la empresa está tratando de ser sostenible. Los clientes prefieren comprarle a las empresas que desarrollan actividades de este tipo.

Aparte la identificación de las emisiones va a permitir implementar programas de reducción y de mejor uso de los recursos, haciendo más eficiente la producción.

12. ¿La introducción de esta práctica le ha permitido identificar falencias en el uso de recursos a lo largo de la cadena productiva o en su empresa?

Es un proceso que se está terminando de realizar, pero ya se están realizando planes de reducción de las emisiones y uso eficiente de los recursos.

13. ¿Se considera mejor posicionado frente a sus pares nacionales? ¿Y frente a sus pares extranjeros?

Sí, contar con esta medida permite tener una mejor imagen frente a los compradores.

BODEGA SALENTEIN

Información General

Nombre de la empresa: **Bodega Salentein**

Ubicación: Mendoza, Argentina

Entrevistado/cargo: Pablo Palumbo, Gerente de Calidad y Desarrollo.

Principales mercados (países): Europa y Latinoamérica
Tamaño de los principales clientes en mercados extranjeros (grandes/medianos/pequeños): grandes y medianos.
Principales competidores (países): Nueva Zelanda, Chile, Australia, USA caso California.

Exportaciones anuales (más de): NS/NC
Porcentaje de las ventas asignado a sustentabilidad: No estimado.
Porcentaje del anterior presupuesto destinado a programas de huella de carbono: NS/NC

Información específica

1. ¿Desde cuándo implementan actividades relacionadas a estimar la huella de carbono?

A fines de 2010 se comenzó el análisis de las emisiones generadas en la producción de uno de los vinos más vendidos de la bodega. En 2011 se culminó. Hoy en día se están realizando evaluaciones de la huella de carbono de la empresa, pues es fundamental para nosotros el respeto por la naturaleza y el medio en el que trabajamos.

2. En la actualidad, ¿qué proceso implementan?

- Acciones de reducción de emisiones sin certificación ni etiquetado
- Certificación
- Etiquetado: certificación de las emisiones business-consumer del vino Portillo Malbec.

3. ¿Cómo realiza el cálculo de huella de carbono? ¿Lo asesora una consultora? ¿Cuál?

El relevamiento y evaluación se llevaron a cabo con la empresa Alex Stewart SA y la certificación ha sido emitida por el Carbon Trust Certification del Reino Unido. El cálculo y certificación se realizó de acuerdo a las normativas PAS 2050:2008 y el código internacional "Code of Good Practice for Greenhouse Gas Emissions and Reduction Claims".

4. ¿Considera que es un proceso que podría llevar adelante sin la ayuda de un agente externo?

Por el momento es necesario el asesoramiento de una consultora. Sin embargo, se está trabajando en la capacitación de los recursos humanos para poder llevar adelante este

proceso de forma integral desde la bodega. La ayuda de la certificadora permite validar el proceso que se realiza en forma conjunta con los técnicos de la empresa.

5. ¿Lo motiva o ayuda que pares nacionales implementen la huella de carbono?

Sí. De todos modos no se trata de hacerlo por competir, sino que se implementa por una cuestión de responsabilidad ambiental y compromiso con el entorno en el que trabajamos.

6. ¿La empresa es parte de alguna entidad asociativa como el Instituto Nacional de Vitivinicultura, Wines of Argentina, Bodegas de Argentina o alguna cámara u organismo, que fomente programas de huella de carbono?

Si. Parte en el grupo de Sustentabilidad de Bodegas de Argentinas, colaborando en el desarrollo de estrategias de sostenibilidad.

7. ¿Conoce algún programa que desde organismos del estado (INTA, Ministerio de Agricultura, etc.) promocione que las empresas del sector calculen HC? Este apoyo estatal, ¿facilita que ud. implemente las prácticas?

Sólo los programas de sostenibilidad del INV, pero ninguna específica de huella de carbono.

8. ¿Ha enfrentado algún tipo de restricción explícita de sus clientes referida a huella de carbono?

Ha habido algunas preguntas de los compradores por el carácter sostenible de la empresa, y algunas sugerencias de implementación de la huella de carbono.

9. ¿Qué factores inciden sobre el tamaño del presupuesto destinado a sustentabilidad-programas de huella de carbono?

NS/NC

10. ¿Cree que se trata de un proceso de costos muy altos? ¿Ha hallado los recursos técnicos, tecnológicos y humanos necesarios en el mercado local a un costo razonable?

Si bien se trata de un proceso que requiere el destino de partidas presupuestarias relevantes porque la certificación es una partida terciarizada y muchas veces no hay información específica de emisiones locales, no se considera un costo, sino una inversión.

11. ¿Considera que va a recuperar la inversión en huella de carbono? ¿Qué beneficios obtiene de implementar el cálculo de huella de carbono? ¿Cuáles considera que le puede aportar en el futuro?

Estimar la huella de carbono le ha permitido a la empresa conocer desde otro punto de vista los procesos para tener otro panorama en cuanto a la eficiencia en el uso de los recursos. Mejora la imagen de la empresa ante los compradores.

12. ¿La introducción de esta práctica le ha permitido identificar falencias en el uso de recursos a lo largo de la cadena productiva o en su empresa?

La huella de carbono es una herramienta útil para conocer el aporte de la bodega al cambio climático. Su identificación facilita el diseño de programas de mejoras con buenas prácticas ambientales para minimizar o neutralizar las emisiones. En este sentido, como mejora la eficiencia productiva, es más bien una inversión.

13. ¿Se considera mejor posicionado frente a sus pares nacionales? ¿Y frente a sus pares extranjeros?

Medir la huella de carbono nos ha hecho más conocidos. Sin embargo la empresa no realiza esta medición en afán de popularidad, sino que procuramos cuidar el ambiente que nos rodea y la productividad futura.

BODEGAS QUE NO IMPLEMENTAN ESTIMACIONES DE HUELLA DE CARBONO

BODEGA CATENA ZAPATA

Información General

Nombre de la empresa: Bodega Catena Zapata
Ubicación: Mendoza, Argentina
Entrevistado/cargo: Luis Reginato, Director de Viñedos

Principales mercados (países): USA, Canadá, Reino Unido, Brasil.
Tamaño de los principales clientes en mercados extranjeros (grandes/medianos/pequeños): Grandes/medianos
Principales competidores (países): 'Países del Nuevo Mundo'

Exportaciones anuales (más de): NC
Porcentaje de las ventas asignado a sustentabilidad: Variable

Información específica

1. ¿Conoce el tema huella de carbono?

Sí.

2. ¿Ha enfrentado algún tipo de restricción explícita referida a huella de carbono? ¿Cuándo?

No, sólo consultas por las prácticas de sustentabilidad de la empresa.

3. ¿Cuál ha sido la principal razón para no incluir certificación/etiquetado de huella de carbono en sus planes de sustentabilidad?

No consideramos que la huella de carbono sea una medida abarcativa. Colaboramos en el desarrollo del Protocolo sobre medición de emisiones de la OIV, con indicadores locales, pues nos parece una medida más amplia y con mejor alcance que la huella de carbono. A veces esta medida puede estar sesgada o quedar sólo en la certificación, no garantizando la reducción de emisiones o el cuidado del ambiente.

4. ¿Implementaría esta medida en el futuro?

No, implementaremos los criterios desarrollados en el Protocolo que se lanzará a fines de Noviembre y en el que están involucradas otras bodegas importantes y la asociación Bodegas de Argentina, con investigadores del INTA y de algunas universidades.

5. ¿Considera que puede ayudar a la empresa a mantener su competitividad? ¿Y a obtener otros beneficios? NC.

6. ¿Cree que se trata de un proceso de costos muy altos?

Muchas veces las empresas tienen que contratan consultoras externas que concreten el proceso. Estas consultoras traen diferentes estándares internacionales, por lo que sus mediciones no dan resultados comparables. Esto termina teniendo costos más altos en el largo plazo, pues las bodegas van a tener que volver a realizar el análisis.

7. ¿Considera que es un proceso que le insumiría recursos humanos y técnicos difíciles de conseguir?

No, en el entorno hay gente muy capacitada. La empresa tiene diferentes unidades y no ha habido dificultades en el tratamiento de cuestiones de sustentabilidad.

8. ¿Si existieran programas del Estado que promocionen que las empresas del sector calculen HC y faciliten el proceso, su empresa la calcularía?

No. Quizás sólo como un estándar, pero hacerlo sería utilizar recursos que podrían usarse de modo más eficiente.

9. ¿Lo motivaría saber que otras empresas de la competencia nacional están implementado la medida?

No, pues nuestra preocupación no es competir, sino proteger de forma integral el entorno en el que trabajamos. Por eso planteamos planes de sostenibilidad económica, social y ambiental, basados en criterios locales.

BODEGA CHANDON

Información General
Nombre de la empresa: Bodega Chandon Argentina
Ubicación: Agrelo – Luján de Cuyo
Entrevistado/cargo: Ing. Mercedes Alvarez analista G. Ambiental

Principales mercados (países): Argentina – Caribe – EEUU – Rusia- China - Francia
Tamaño de los principales clientes en mercados extranjeros (grandes/medianos/pequeños): grandes (contamos con distribución propia dentro del grupo)
Principales competidores (países): Chile – España- Italia- Francia - Australia

Exportaciones anuales (más de): 5.000.000 botellas
Porcentaje de las ventas asignado a sustentabilidad: entendemos a la sustentabilidad como una interacción entre distintos pilares (económico-Social –Ambiental) y dentro de cada pilar interactúan las diferentes áreas de la empresa, por lo que no podemos asignar un porcentaje de las ventas como si fuera algo aislado.

Información específica

1. ¿Conoce el tema huella de carbono? Sí
2. ¿Ha enfrentado algún tipo de restricción explícita referida a huella de carbono por el momento ¿Cuándo? No
3. ¿Cuál ha sido la principal razón para no incluir certificación/etiquetado de huella de carbono en sus planes de sustentabilidad?

Consideramos que tenemos otros temas para mejorar, hacer foco e invertir recursos que van a contribuir más al cuidado medioambiental antes de la medición de la huella de carbono.

De todas maneras no significa que no este en nuestros planes medirla, solo que no en el plazo inmediato.

En cuanto al certificado de la misma y el etiquetado no tenemos una visión clara de los beneficios de la misma dada la contribución del transporte en la huella (comparando con vinos producidos en el país de destino)

4. ¿Implementaría esta medida en el futuro?

Sí la mediríamos, no estamos seguros en cuanto al etiquetado.

5. ¿Considera que puede ayudar a la empresa a mantener su competitividad? ¿Y a obtener otros beneficios?

Consideramos que la HC sirve como un muy buen indicador interno y para promover la venta en el Mercado Interno, pero todavía no tenemos una visualización clara en cuanto a las exportaciones por lo expuesto anteriormente, además del tema del transporte. Hay países como los Europeos que tienen matrices energéticas con mucho menos consumo de combustibles fósiles lo que se ve reflejado en el cálculo de la huella, otros como Chile que tienen políticas nacionales de subsidios para producción más limpia, etc etc. (en Arg. los subsidios para producción más limpia es sólo para PYMES), las bodegas en EEUU tienen acceso a últimas tecnologías de mejor rendimiento, lo cual también repercute en la huella. En Argentina más allá del esfuerzo individual de las empresas va a ser muy difícil ser competitivos en cuanto a la huella generada.

6. ¿Cree que se trata de un proceso de costos muy altos?

Consideramos que son costos altos pero afrontables.

7. ¿Considera que es un proceso que le insumiría recursos humanos y técnicos difíciles de conseguir?

Sí, consideramos que es un proyecto multidisciplinario.

8. ¿Si existieran programas del Estado que promocionen que las empresas del sector calculen huella de carbono y faciliten el proceso, su empresa la calcularía?

Sí, para saber dónde estamos parados y poder compararnos internamente,

9. ¿Lo motivaría saber que otras empresas de la competencia nacional están implementado la medida? Sí.

GRUPO PEÑAFLOR

Información General

Nombre de la empresa: Grupo Peñaflor

Ubicación: Mendoza, Argentina

Entrevistado/cargo: Claudio Vega, Gerente de Producción.

Principales mercados (países): USA- Brasil – Rusia – Reino Unido - Francia

Tamaño de los principales clientes en mercados extranjeros (grandes/medianos/pequeños): medianos y grandes, en general cadenas de distribución.

Principales competidores (países): Chile, Nueva Zelanda-Australia.

Exportaciones anuales (más de): NC

Porcentaje de las ventas asignado a sustentabilidad: No estimado.

Información específica

1. ¿Conoce el tema huella de carbono?

Sí.

2. ¿Ha enfrentado algún tipo de restricción explícita referida a huella de carbono? ¿Cuándo?

Ha habido algunos pedidos, o más bien sugerencias, de los compradores del Reino Unido. En general los clientes consultan por la sustentabilidad de la empresa.

3. ¿Cuál ha sido la principal razón para no incluir certificación/etiquetado de huella de carbono en sus planes de sustentabilidad?

Peñaflor considera un concepto de sustentabilidad que trasciende la huella de carbono. Esta se entiende en sentido económico, social y ambiental.

Respecto a la sostenibilidad ambiental la bodega viene implementando desde 2008 las normas ISO 14.001, de gestión ambiental.

4. ¿Implementaría esta medida en el futuro?

Sí, puede ocurrir en el largo plazo. Sin embargo consideramos más importante trabajar con herramientas acordes a las características locales.

5. ¿Considera que puede ayudar a la empresa a mantener su competitividad? ¿Y a obtener otros beneficios?

Si puede hacerlo, pero no es una condición necesaria.

6. ¿Cree que se trata de un proceso de costos muy altos?

Esto es relativo. En general hay que contratar a una consultora y enfrentar costos que no se recuperan en el corto plazo. Si bien es una inversión interesante, en tanto la huella de carbono no tiene el perfil de sostenibilidad abarcativo con el que nosotros trabajamos.

7. ¿Considera que es un proceso que le insumiría recursos humanos y técnicos difíciles de conseguir?

No, en la bodega contamos con profesionales idóneos y como ya se han realizado certificaciones ISO de gestión ambiental y de calidad, iniciar el proceso no sería tan difícil.

8. ¿Si existieran programas del Estado que promocionen que las empresas del sector calculen HC y faciliten el proceso, su empresa la calcularía? Sí.

9. ¿Lo motivaría saber que otras empresas de la competencia nacional están implementado la medida? Es relevante, pero Peñaflor tiene planes concretos de sostenibilidad.

BODEGA NIETO SENETINER

Información General

Nombre de la empresa: Bodega Nieto Senetiner
Ubicación: Mendoza, Argentina.
Entrevistado/cargo: Milton Kuret, Gerente de Operaciones.

Principales mercados (países): Estados Unidos, Canadá, Brasil, Perú, Irlanda, Finlandia, y otros países de Europa y Asia.
Tamaño de los principales clientes en mercados extranjeros (grandes/medianos/pequeños): medianos/grandes.
Principales competidores (países): Chile, Sudáfrica.

Exportaciones anuales (más de): 20% asignado a exportaciones.
Porcentaje de las ventas asignado a sustentabilidad: No estimado.

Información específica

1. ¿Conoce el tema huella de carbono?

Sí. Estamos estudiando los costos de implementación y hemos participado en las jornadas sobre el tema organizadas por el IICA y el Ministerio de Agricultura.

2. ¿Ha enfrentado algún tipo de restricción explícita referida a huella de carbono? ¿Cuándo? No.

3. ¿Cuál ha sido la principal razón para no incluir certificación/etiquetado de huella de carbono en sus planes de sustentabilidad?

Se trata de un proceso que requiere una preparación antecedente. Por eso estamos estudiando el tema.

4. ¿Implementaría esta medida en el futuro? Sí.

5. ¿Considera que puede ayudar a la empresa a mantener su competitividad? ¿Y a obtener otros beneficios?

QUAERERE VERUM
Universidad de San Andrés

Sí, la experiencia de otras bodegas nos ha dado la pauta de que la implementación de esta medida no sólo afianza el perfil de sostenibilidad de la empresa, sino que el largo plazo permite hacer más eficiente el uso de recursos.

6. ¿Cree que se trata de un proceso de costos muy altos?

Son costos altos, pero se transforman en una inversión.

7. ¿Considera que es un proceso que le insumiría recursos humanos y técnicos difíciles de conseguir? No.

8. ¿Si existieran programas del Estado que promocionen que las empresas del sector calculen HC y faciliten el proceso, su empresa la calcularía? Sí, por supuesto.

9. ¿Lo motivaría saber que otras empresas de la competencia nacional están implementado la medida?

Sabemos que otras empresas están implementando la huella de carbono, lo cual ayuda a reconocer los requerimientos y costos a enfrentar para ponerla en práctica. Si bien esta información es útil, no pondríamos en marcha la medida para equipararnos a los otros productores, sino afianzar nuestro perfil ambiental.

QUAERERE VERUM
Universidad de
SanAndrés