RedPE
Red de Pobreza Energética

(CR)²
Center for Climate and Resilience Research
www.cr2.cl

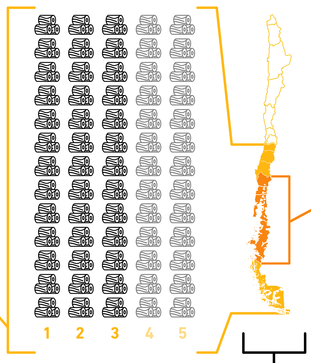
MERCADO DE LA LEÑA EN CHILE
BARRERAS PARA LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA

Pese a su amplio y generalizado uso, no hay certeza de cuánta leña se consume ni cuánta se produce de forma sostenible por región. Esta incertidumbre dificulta la posibilidad de regular el mercado de la leña a través de políticas públicas.

Entre **O'Higgins y Aysén** las viviendas consumen un rango aproximado de entre:

13 y 20 millones de m³ st* de leña al año.

Esto equivale a entre 3 y 5 veces **la distancia entre Arica y Punta Arenas** en línea recta, si ponemos 1 m³ st al lado de otro



El mercado de la leña en chile genera entre 108 mil y 165 mil empleos al año en el país

y más del **60%** se relaciona con la **fase de producción.**

Entre **La Araucanía y Aysén** se concentra el mayor consumo de leña per cápita.

En esta zona la actividad leñera supera el **1%** de participación sobre el PIB Regional y en el caso de Aysén podría incluso superar el **3%**, siendo una **actividad importante para las economías locales.**

m³ st

* *"Un metro cúbico estéreo (m³ st) es una ruma de leña apilada de 1 m de alto, por 1 m de ancho y por 1 m de largo, incluyendo los espacios de aire que quedan entre los trozos de leña. Es la unidad de medida más utilizada para su comercialización"*

Los artefactos a leña se usan para **calefaccionar** las viviendas, pero también para **cocinar** alimentos, **calentar agua y secar ropa.** Esto ha generado **problemas de contaminación atmosférica y degradación de los bosques.**

Los actores del mercado de la leña son productores, distribuidores y consumidores. Estos actores **no necesariamente tienen entre sus objetivos la reducción de la contaminación atmosférica y/o la protección de los bosques,** como sí los tiene la política pública.

Para avanzar en la descontaminación, es necesario **comprender mejor las motivaciones económicas y socioculturales** que guían las decisiones de estos distintos actores.

La **humedad de la leña** al momento de la combustión es un factor clave y **depende del comportamiento de estos actores**, tanto de la capacidad para ofertar leña seca como de la capacidad para mantenerla seca en la vivienda.

FUENTES DE INFORMACIÓN: DATOS E INCERTIDUMBRE

¿ o ?

No hay claridad de cuánta leña se consume

Las fuentes de información de consumo de leña **presentan diferencias de hasta el doble en la magnitud consumida** en algunas regiones. Por ejemplo, el Maule varía entre 879.000 y 1.806.000 de m³ st según la fuente consultada.

¿ 19% 94% ?

No sabemos cuánta leña se produce de forma sostenible

La **incertidumbre de datos respecto de la formalidad de la producción de leña** es tal que algunos estudios reportan que sólo un **19%** de los predios cuentan con Planes de Manejo Forestal (PMF) a nivel nacional, mientras otros estudios indican que esta cifra alcanzaría un **94%, poniendo en evidencia lo disímiles que son los datos disponibles.**

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN: INFORMALIDAD Y PRECARIZACIÓN LABORAL

La producción y comercialización de la leña es altamente informal. Esto se refleja en:

Se identifican al menos **16 instrumentos normativos** y **14 instituciones de Estado** relacionadas a la regulación de este mercado. La falta de reconocimiento legal de la leña como biocombustible genera una **fragmentación normativa** y una **gobernanza difusa.**

La producción de leña se asocia principalmente a **economías rurales** de pequeños propietarios.

El **80%** de los predios productores declara producir **cantidades de leña que superan el potencial de crecimiento de sus bosques**, aumentando su degradación.

41% de las asociaciones de productores corresponden a **organizaciones familiares** entre el Maule y Aysén.

El **90% de los comercializadores opera de manera irregular**. Esto conlleva una pérdida estimada de recaudación tributaria entre **24 y 69 mil millones de pesos anuales** para el Estado, que equivale a entre **7 y 20 mil subsidios anuales** de mejoramiento térmico de viviendas.

Solo un **32% de los comercializadores emplea a sus trabajadores con contrato**, mientras que en el caso de los productores la cifra disminuye a un 23%, reflejo de la precariedad de las relaciones laborales.

60%

60% de los productores y comercializadores presentan una alta dependencia económica a este negocio.

La **comercialización** constituye un **mercado principalmente urbano** con múltiples actores: vendedores ambulantes, comerciantes certificados, mercaderes minoristas, retail, etc.

Los comercializadores son clave para aumentar la oferta de leña seca. Es necesario **masificar la adopción de tecnologías para el secado de leña** junto al fortalecimiento del **uso y fiscalización de los PMF** en productores.

Las **dificultades para el acopio** y la **baja capacidad de inversión** de los comercializadores limita las posibilidades de producir y mantener leña seca en el mercado.

90% 10%

En Coyhaique, la capacidad de centros de acopio y galpones de secado alcanza a proveer **menos del 15% del total de leña consumida.**

82%

82% de los productores declara vender leña mixta (mezcla de húmeda y seca).

10%

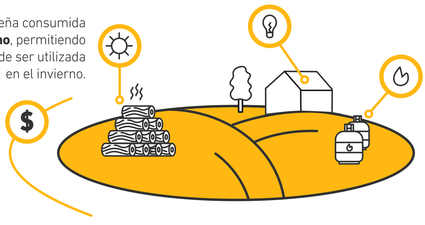
Sólo un **10%** de los productores declara vender **leña seca.**

CONSUMIDORES: POBREZA ENERGÉTICA

Las viviendas necesitan gran cantidad de energía para poder mantenerse calefaccionadas en la zona centro-sur, lo que se conoce como una **"alta demanda energética".** Para cubrirla se utiliza principalmente **leña**, tanto por razones económicas, de **disponibilidad** y de **preferencias culturales** asociadas al confort térmico, la multifuncionalidad de los artefactos y la costumbre.

Solo un **44%** de la leña consumida **se compra en verano**, permitiendo su secado antes de ser utilizada en el invierno.

Pese a que ha **aumentado su precio** en los últimos 15 años, la leña sigue siendo el **combustible más barato** para calefacción a nivel nacional.



20% **Pobreza energética**

Entre Los Ríos y Aysén, más de un **20%** de la población se encuentra en situación de **pobreza energética** considerando sólo su gasto en leña, es decir, sin considerar gasto en otras energías como la electricidad.

El bajo precio de la leña se relaciona con que el mercado no considera los costos ambientales y sociales derivados de su producción y comercialización, ni tampoco sus efectos en relación a la contaminación atmosférica y la degradación de los bosques.

PLAN DE FORTALECIMIENTO DE UNIVERSIDADES ESTATALES 2017-2020

www.pobrezaenergetica.cl @RedPE_Chile @RedPobrezaEnergetica