



INFORME

COL

2018

Informe sobre Relaciones Empresariales

Año fiscal 2018 (julio 2017 / junio 2018)





Para información sobre prácticas empresariales sostenibles, contactar a:

Ximena Barrera

Directora de Relaciones de Gobierno y Asuntos Internacionales

Camila Cammaert

Coordinadora de Sistemas Alimentarios

María Alejandra González

Oficial de Mitigación de Cambio Climático



Para información sobre estrategias de comunicación y marketing, contactar a:

Alexandra Gómez

Directora de Comunicaciones y Conexión



Para información sobre el programa de educación ambiental “Juntos es Posible”, iniciativas de mercadeo con causa y filantropía, contactar a:

Sandra Valenzuela

Directora de Operaciones y Alianzas Corporativas

Ana Carolina Díaz

Especialista en mercadeo y alianzas corporativas

Este informe corresponde al año fiscal 2018, que comprende desde julio de 2017 hasta junio de 2018, y fue publicado en 2019 por WWF (Word Wide Fund For Nature/ WWF Colombia / también World Wildlife Fund), Bogotá, Colombia. Cualquier reproducción total o parcial debe mencionar el título del documento y el crédito de quien lo produce, como se menciona arriba.

© WWF-Colombia

Coordinación editorial:
Carmen Ana Dereix R.
Oficial de Publicaciones y Marca

Danna Giraldo Naranjo
Consultora en Relacionamento Corporativo

Diseño: El Bando Creativo

Fotografía portada:
Parque Nacional Natural Chingaza / WWF

Todos los derechos reservados.

CONTENIDO

Sobre el informe	4
Ejecutando acciones colectivas audaces	6
Nuestro trabajo con el sector empresarial	8
 Las relaciones empresariales de WWF	12
1. Promoción de prácticas empresariales sostenibles	14
2. Comunicaciones para el consumo responsable y mercadeo con causa	17
3. Relaciones filantrópicas	19
 Transparencia y rendición de cuentas	20
Listado de compañías con las que WWF ha tenido alianzas ...	22
Isagen	22
Bavaria	24
Banco Agrario de Colombia	26
Smurfit Kappa	26
El Espectador	28
Publik	30
Google	30
La Hora del Planeta 2018	31
Programa de educación ambiental “Juntos es Posible”	32
 Red mundial de oficinas WWF	35



SOBRE EL INFORME



WWF es una de las organizaciones independientes de conservación más grandes y con mayor experiencia en el mundo. Nació en 1961 y es conocida por el símbolo del panda. Actualmente cuenta con el apoyo de más de 6 millones de personas y una red mundial que trabaja en más de 120 países.

Su misión es detener la degradación del ambiente natural de la tierra y construir un futuro en el que el ser humano viva en armonía con la naturaleza, a través de la conservación de la diversidad biológica mundial, asegurar que el uso de los recursos naturales renovables sea sostenible y promover la reducción de la contaminación y el consumo desmedido.



La apuesta de WWF está centrada en asegurar la integridad ecológica de los ecosistemas prioritarios, al tiempo que impulsa el desarrollo sostenible, social y económico, así como la reducción de la huella ecológica.

La sostenibilidad económica y social solo es posible en un planeta saludable. El sector empresarial mueve gran parte de la economía global, por esta razón WWF considera que las compañías tienen la responsabilidad de asegurar que los recursos naturales y los servicios ecosistémicos que permiten la existencia de su negocio sean usados de forma sostenible. Las empresas también deben generar y apoyar soluciones innovadoras que les permitan adaptarse de manera rápida a las nuevas condiciones del planeta.

La naturaleza es la base de nuestra existencia, de nuestra economía y formas de vida, su degradación y pérdida aumentará los problemas sociales y económicos que hoy enfrentamos.



© Days Edge Productions / WWF-US

EJECUTANDO ACCIONES COLECTIVAS AUDACES

WWF se ha embarcado en un viaje de profunda transformación interna que nos hará más fuertes y eficaces, a medida que abordamos los retos y aprovechamos las oportunidades que tenemos por delante.

El momento de actuar es ahora, por ello buscamos la puesta en marcha de una estrategia global de conservación que refleje la forma en que el mundo está cambiando, que cumpla con los grandes retos ambientales de la actualidad y nos ayude a simplificar, unir y enfocar nuestros esfuerzos para lograr un mayor impacto.

WWF trabaja en integrar acciones a diferentes escalas en ecorregiones de importancia mundial, hasta lo internacional, así como en incidir en las principales causas de pérdida de biodiversidad, enfocándose en seis prácticas globales: vida silvestre,

clima y energía, bosques, océanos, agua y alimentos, y en tres líneas transversales: mercados, finanzas y gobernanza.

Sabemos que para una sola organización puede llegar a ser difícil lograr el cambio que se necesita. Es por eso que nuestro trabajo, que es fuertemente inclusivo y propicia el fortalecimiento de capacidades de distintos actores, lo realizaremos en alianza con instituciones y corporaciones, tanto locales como globales.

**EL MEJORAMIENTO
DE LA CALIDAD
DE VIDA PARA
LA HUMANIDAD
SOLO ES POSIBLE
A TRAVÉS DE
LOS ESFUERZOS
DE MÚLTIPLES
ACTORES.**

El mejoramiento de la calidad de vida para la humanidad solo es posible a través de los esfuerzos de múltiples actores: comunidades locales, corporaciones multinacionales, gobiernos, ONG, instituciones financieras, organismos de desarrollo, consumidores e investigadores.

Nunca ha habido tanta urgencia de acción, por ello en WWF estamos definiendo nuevas maneras de trabajar juntos para hacer una diferencia a gran escala. Sabemos que debemos redefinir la relación de la humanidad con el planeta y creemos con convicción que juntos podemos lograrlo.

NUESTRA TEORÍA DE CAMBIO



¿CÓMO LO HACEMOS?

6 objetivos globales y 3 factores claves de la degradación ambiental.

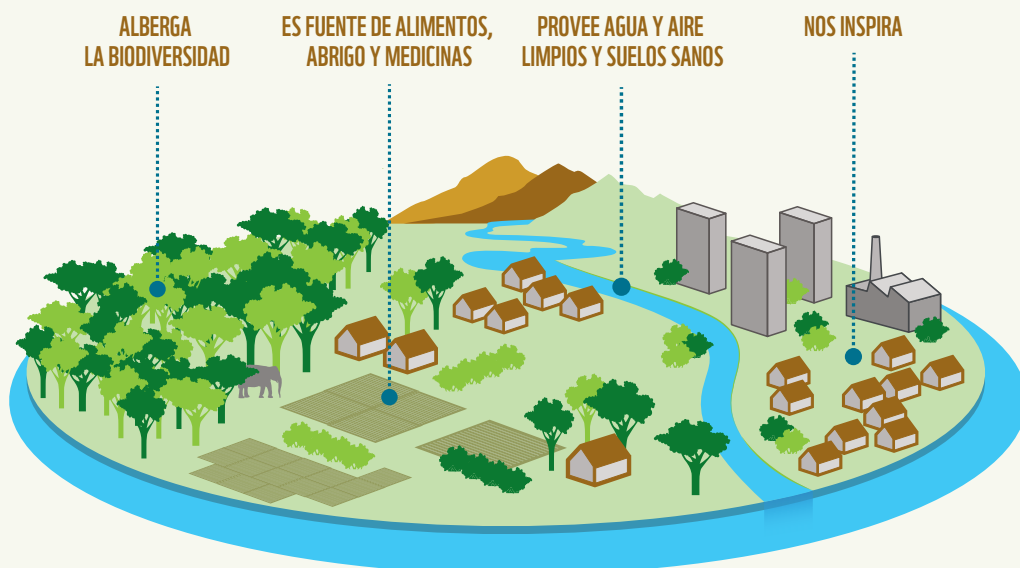


NUESTRO TRABAJO CON EL SECTOR EMPRESARIAL

La misión de WWF es detener la degradación del planeta y construir un futuro en el que los seres humanos vivan en armonía con la naturaleza. Como lo demuestra el *Informe Planeta Vivo 2018* de WWF, los desafíos que el entorno global enfrenta hoy en día son demasiado grandes, demasiado interconectados y demasiado urgentes para que cualquier organización pueda resolverlos.

El *Informe planeta vivo 2018: Apuntando más alto* muestra el rastro del estado actual de la biodiversidad mundial y cómo es crucial que los distintos actores de la sociedad trabajen con sinergia para revertir la tendencia de la pérdida de biodiversidad. Toda actividad económica depende de los servicios que proporciona la naturaleza, lo que la convierte en un componente inmensamente valioso de la riqueza de un país.

IMPORTANCIA DE LA NATURALEZA PARA LAS PERSONAS



El cambio climático, la destrucción de la naturaleza y las amenazas a la seguridad alimentaria suponen riesgos a nuestro futuro colectivo. **La acción de gobiernos, empresas y sociedad civil es crucial** para revertir la pérdida de biodiversidad y limitar el calentamiento global a 1,5 °C. Por eso, WWF busca trabajar con aquellos que tienen el mayor potencial para reducir las amenazas más apremiantes a la diversidad de la vida en la tierra, y juntos encontrar soluciones a los desafíos de la conservación.

Las empresas impulsan gran parte de la economía mundial, por lo que consideramos que también tienen una responsabilidad específica de garantizar que los recursos naturales y los ecosistemas que sustentan su negocio se utilicen de manera sostenible. Asimismo, creemos que están preparadas para liderar la adaptación rápida y las soluciones innovadoras necesarias para impulsar el cambio.

La red de WWF ha venido implementando una estrategia de trabajo con el sector empresarial/corporativo. A partir de dicha iniciativa se ha fortalecido el desarrollo de alianzas que abarcan acciones como la financiación de proyectos de conservación, el trabajo conjunto en campañas de sensibilización, el mejoramiento de procesos productivos para la disminución de la huella ecológica, la adaptación de esquemas de gestión ambiental y mejores prácticas.



© Adriano Gambarini / WWF-Brazil

Al articularse con las empresas, WWF busca contribuir a que se generen cambios en el comportamiento y en la obtención de resultados de conservación que de otra manera no serían posibles.

CAMBIOS EN EL COMPORTAMIENTO Y EN LA OBTENCIÓN DE RESULTADOS DE CONSERVACIÓN





© Luis Germán Naranjo / WWF-Colombia

Para generar estos cambios en el comportamiento, en WWF trabajamos de diversas maneras:

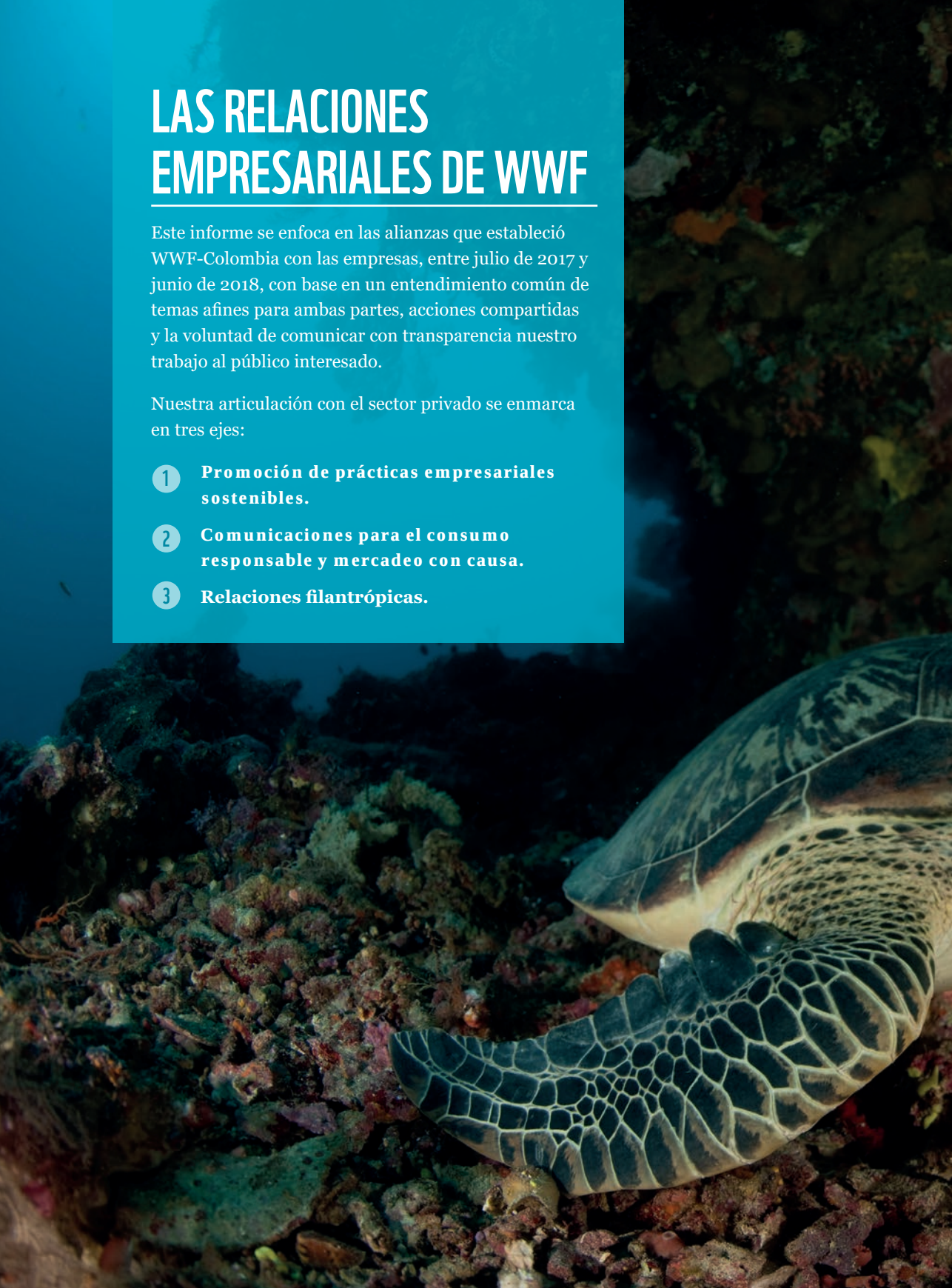
- 🌱 Apoyamos políticas, regulaciones y prácticas que previenen el desarrollo de actividades ilegales e insostenibles, instamos a las empresas a definir compromisos ambiciosos en el desarrollo de esquemas genuinos de certificación. Por ejemplo: *Forest Stewardship Council (FSC)*, *Marine Stewardship Council (MSC)*, *Aquaculture Stewardship Council (ASC)*, *Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)*, *Roundtable on Responsible Soy (RTRS)*, por medio de estrategias como espacios naturales como base del desarrollo, paisajes productivos sostenibles, consumo responsable y fortalecimiento de la gobernanza y los marcos de la política ambiental.
- 🌱 Desarrollamos, a través de empresas y medios de comunicación, programas, campañas y estrategias que incrementen la conciencia pública, la incidencia y el involucramiento activo de las personas, permitiendo movilizar al público en acciones de conservación de biodiversidad, servicios ecosistémicos y cambio climático. Por ejemplo: ReemBÓLSale al planeta, Compra FSC, cuida los bosques y respira tranquilo, Soy ECOlombiano, BIBO - Bienes y Servicios Ambientales del Bosque, en Colombia, y Juntos es Posible, la naturaleza es más que paisajes, un programa de promoción de cultura ambiental y fortalecimiento de la comunidad de amigos de WWF.

LAS RELACIONES EMPRESARIALES DE WWF

Este informe se enfoca en las alianzas que estableció WWF-Colombia con las empresas, entre julio de 2017 y junio de 2018, con base en un entendimiento común de temas afines para ambas partes, acciones compartidas y la voluntad de comunicar con transparencia nuestro trabajo al público interesado.

Nuestra articulación con el sector privado se enmarca en tres ejes:

- 1 **Promoción de prácticas empresariales sostenibles.**
- 2 **Comunicaciones para el consumo responsable y mercadeo con causa.**
- 3 **Relaciones filantrópicas.**







1. PROMOCIÓN DE PRÁCTICAS EMPRESARIALES SOSTENIBLES

Influir en industrias y organizaciones estratégicas, con el fin de mejorar sus prácticas, incorporar criterios de sostenibilidad y reducir su huella ecológica y el impacto sobre ecosistemas estratégicos.

Gran parte del trabajo de relacionamiento de WWF Colombia con el sector empresarial se enfoca en temas de alimentos, bosques, océanos, cambio climático, energía y agua, como se muestra a continuación.

**WWF PROMUEVE EL
RELACIONAMIENTO
RESPONSABLE DE
LAS EMPRESAS EN
LA GESTIÓN DEL
RECURSO HÍDRICO,
POR MEDIO DE
SU ESTRATEGIA
CUSTODIA DEL
AGUA.**

Custodia del agua

WWF promueve el relacionamiento responsable de las empresas en la gestión del recurso hídrico, por medio de su estrategia Custodia del Agua (*Water Stewardship*), la cual representa su compromiso frente al manejo sostenible del recurso hídrico compartido y de interés público, a través de las acciones colectivas con otras empresas, gobiernos, organizaciones no gubernamentales (ONG) y comunidades. La custodia del agua típicamente empieza con mejorar el uso del recurso y reducir los impactos internos de la cadena de valor en todas las operaciones relacionadas con este recurso, pero va más allá para poder influenciar la gobernanza del recurso en las cuencas de interés.

La metodología propuesta por WWF para el desarrollo de la estrategia Custodia del Agua con el sector empresarial consta de 5 pasos:



Promover la conciencia sobre el agua, integrar el buen manejo del agua dentro de la razón de ser de la organización.



Conocer los riesgos e impactos de la organización y los ecosistemas.



Llevar a cabo acciones internas, reducir impactos y riesgos individualmente.



Establecer compromisos de las partes interesadas o acción colectiva, colaborar para buscar el beneficio común.



Ejercer influencia en políticas públicas y gobernanza para el manejo integral y eficiente del recurso, al participar de diálogos con actores públicos y privados para fortalecer la gestión del agua en la cuenca.

Cadena de suministro

Bajo el marco de las prácticas globales de alimentos y mercados de la red, WWF-Colombia trabaja en la cadena de suministro de varias empresas para reducir los impactos de la elaboración de productos y ayudar a que la demanda prefiera los más sostenibles.

Nos hemos enfocado en las compañías más grandes que compran y producen bienes agrícolas, como palma de aceite y algodón; en pesca marina, como la del atún; en acuicultura, con la producción de camarones y salmón; y productos forestales, como la madera y el papel.



© Viviana Londoño / WWF-Colombia

Asimismo, nuestra relación con empresas forestales incluye la participación en programas como la Red Global de Comercio Forestal (*Global Forest & Trade Network - GFTN*) y la plataforma Plantaciones de Nueva Generación (*New Generations Plantations - NGP*).



Red Global de Comercio Forestal (*Global Forest & Trade Network - GFTN*) es una de las iniciativas para eliminar la tala ilegal de la madera y transformar su mercado global, de tal forma que permita preservar los bosques más valiosos y amenazados. La GFTN busca que los principios de manejo forestal responsable se vuelvan una práctica estándar en la industria relacionada con productos forestales, al proveer asistencia técnica, alianzas y oportunidades de comercio con empresas comprometidas. WWF considera que la certificación forestal independiente es una herramienta clave en el proceso.

En el año fiscal 2018, en Colombia se trabajó principalmente en:



El catálogo web de productores de madera legal en Colombia, que actualmente cuenta con más de 30 compañías legales y certificadas con FSC.



La participación del Gobierno de Colombia en *Tropical Forest Alliance 2020*, de la que forma parte WWF a nivel mundial y regional. Promoción del Capítulo de Colombia de la TFA, iniciativa que coordina proyectos y planes de varios actores que juegan un rol clave en la cadena de suministro de las industrias de palma de aceite, carne, leche y madera, consideradas las fuerzas impulsoras de la deforestación y la degradación de los bosques en Colombia.



La firma del Acuerdo de Palma de Aceite libre de deforestación entre los actores clave de la cadena de suministro.

Cambio climático

El sector privado es un actor clave para alcanzar los objetivos climáticos mundiales: limitar el incremento de la temperatura en 1,5 °C. Cien empresas son responsables del 71 % de las emisiones globales de GEI desde 1988 (Informe *The carbon majors database* de la organización *Carbon Disclosure Project*). WWF trabaja con diferentes tipos de empresas en su transición hacia un futuro bajo en carbono. Nuestro objetivo es apoyar a las empresas en la reducción de sus emisiones de GEI en tres acciones principales: incrementar la eficiencia energética, descarbonización del sistema energético a través del uso de fuentes de energía renovables y gestión sostenible del uso del suelo.



2. COMUNICACIONES PARA EL CONSUMO RESPONSABLE Y MERCADEO CON CAUSA

El propósito de las comunicaciones de WWF-Colombia es inspirar, conectar y movilizar a empresas, gobiernos y millones de personas hacia la conservación de la biodiversidad y un futuro sostenible. Trabajar con las empresas forma parte del proceso para aumentar la conciencia en temas ambientales y motivar a sus consumidores, colaboradores y grupos de interés a tomar acción a través de decisiones más responsables con el planeta. Asimismo, estas alianzas están orientadas a resaltar la belleza y la singularidad de los sitios y las especies que WWF busca proteger, y su conexión con la calidad de vida de las personas.

Este enfoque incluye acciones para motivar a los consumidores a que compren productos sostenibles, como madera certificada FSC, y consuman de una forma más consciente teniendo en cuenta campañas como “Ahorra 1/3”. De la misma manera, apunta a que las empresas apoyen campañas que inspiren acciones a favor de especies amenazadas o ecosistemas claves, como la Amazonia.



© Juntos es Posible / WWF

**EN 2017 SE LANZÓ
EL PROGRAMA
DE PROMOCIÓN
DE CULTURA
AMBIENTAL PARA
COLABORADORES,
“JUNTOS ES
POSIBLE”.**

Por otra parte, con el fin de soportar el Nuevo Acuerdo para la Naturaleza y las Personas (*New Deal for Nature and People* - ND4NP), para el 2020 se pretende iniciar un movimiento social que fomentará acciones hacia prácticas responsables y estilos de vida más sostenibles. En este movimiento, las empresas cumplen un papel fundamental no solo como público objetivo, sino como canal para llegar a millones de consumidores.

En 2017 se lanzó el programa de promoción de cultura ambiental para colaboradores, “Juntos es Posible”, que busca promover cultura ambiental y consumo responsable en los grupos de interés de las empresas, motivando a las personas a llevar estilos de vida más sostenibles e invitándolos a conservar juntos los recursos naturales vitales para nuestra subsistencia. Dicho programa cuenta con material de sensibilización, una plataforma digital de formación que consta de seis módulos temáticos –cuya finalización otorga a las personas que lo realizan un reconocimiento de WWF como agentes de cambio– y actividades para invitarlos a unirse a la comunidad de amigos de WWF. A través de esta iniciativa, contribuimos directa e indirectamente al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 del país. Actualmente se han vinculado diez empresas como canal para llevar el mensaje a sus colaboradores.

Mercadeo con causa

Esta estrategia tiene como fin amplificar el mensaje de conservación de WWF y promover un estilo de vida más sostenible, a la vez que canaliza el apoyo de marcas, personas y empresas responsables hacia la misión de nuestra organización. Los tipos de acuerdos que suelen manejarse son: patrocinios, cobranding, donación por compra, entre otros.

En Colombia, durante este año fiscal, solo se realizaron alianzas para patrocinios.

3. RELACIONES FILANTRÓPICAS

**EN WWF
TRABAJAMOS
CON LAS
EMPRESAS
PARA
ALCANZAR
NUESTROS
OBJETIVOS DE
CONSERVACIÓN.**

El tercer enfoque se basa en programas específicos para apalancamiento en la empresa privada, a través de aportes voluntarios orientados al desarrollo de las prioridades de conservación de WWF. Las relaciones filantrópicas permiten aumentar el impacto y el alcance de la conservación de sitios y especies, y fortalecer las capacidades y las herramientas en comunidades para lograrlo.

En WWF trabajamos con las empresas para alcanzar nuestros objetivos de conservación. Para ello, nos aliamos con empresas que están tomando acciones significativas para mejorar su desempeño ambiental, o cuando su actividad/sector no genera impactos ambientales relevantes.

Si bien las alianzas entre las ONG y las empresas requieren un diálogo constructivo mientras se retan mutuamente en aspectos de relevancia, estas alianzas implican oportunidades y riesgos para ambas partes. En WWF manejamos los riesgos usando guías claras y criterios específicos, incluidos los procesos de debida diligencia. En todas nuestras relaciones mantenemos y ejercitamos el derecho a que la opinión pública conozca sus alcances.

Es importante destacar que algunas de las relaciones con compañías pueden tener una combinación de los tres enfoques mencionados.

TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS

Los resultados e impactos tanto cualitativos como cuantitativos, son esenciales para nosotros. Por eso abogamos para que haya transparencia en las acciones de todas las partes involucradas como un paso fundamental hacia la sostenibilidad. Creemos que la rendición de cuentas de los resultados y la transparencia con nuestros aliados y grupos de interés sobre cómo logramos esos resultados es vital para fortalecer nuestro enfoque de trabajo constructivo y colaborativo.

Queremos que todas nuestras relaciones con las empresas tengan el mayor impacto posible, con el objetivo de generar resultados duraderos a escala. Por lo tanto, hemos comenzado un proceso de evaluación más sistemática de las metas y resultados que alcanzamos en nuestro trabajo con el sector empresarial y específicamente en nuestras relaciones bilaterales.

Todas las oficinas de WWF están comprometidas con el reporte público de nuestras relaciones empresariales, su intención, objetivos e impacto. Este informe es uno de nuestros primeros pasos para lograrlo.





LISTADO DE COMPAÑÍAS CON LAS QUE WWF HA TENIDO ALIANZAS

ISAGEN



Tipo de relación: Prácticas empresariales sostenibles

Enfoque de conservación: Agua

Rango presupuestal para el año fiscal 2018: 25.000 € - 100.000 €

URL: <http://custodiadelagua.blogspot.com/2017/08/que-es-custodia-del-agua.html>

**DESDE EL AÑO
2013 SE HA VENIDO
TRABAJANDO DE
MANERA CONJUNTA
ENTRE ISAGEN
Y WWF POR LA
SOSTENIBILIDAD
Y EL MANEJO
SOSTENIBLE DEL
AGUA.**

Desde el año 2013 se ha venido trabajando de manera conjunta entre Isagen y WWF por la sostenibilidad y el manejo sostenible del agua en los territorios donde Isagen tiene establecida su actividad de generación hidroeléctrica.

El objetivo específico es: Contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible a través del fortalecimiento de la gobernanza del agua, considerando aspectos de sostenibilidad financiera, seguridad energética y cambio climático desde una visión integrada del nexo agua-energía-clima.

Se desarrolla en la subregión del oriente antioqueño en las cuencas de los ríos Negro y Nare, que pertenecen a la subzona hidrográfica del río Nare. La cuenca del río Nare fue definida para la implementación del componente de acción colectiva, debido a su importancia en términos tanto de generación energética –al tener el sistema de generación hidroeléctrica más grande del país– como de las oportunidades de relacionamiento con múltiples actores y el apalancamiento de diferentes procesos de gobernanza y política de gestión de recursos naturales que están teniendo lugar en la región. Para este periodo, el proceso se ha centrado y estructurado en cuatro componentes:



© Luis Angel / WWF-Colombia

- Implementación y seguimiento a acuerdos de acción colectiva. (estrategia Custodia del Agua). Se ha avanzado en la consolidación del plan de acción de cada uno de los acuerdos, en el desarrollo y gestión de actividades que aportan a la implementación de los acuerdos, en el diseño de la estrategia de comunicación y en la vinculación de nuevos actores claves.
- Gestión del riesgo hídrico - variabilidad climática, cambio climático y resiliencia. Se desarrolló el documento *Síntesis de impactos del clima y la variabilidad climática en la cuenca del río Nare*, que se encuentra en validación con Isagen.
- Finanzas para la sostenibilidad del recurso hídrico.
- Diálogos energéticos. Se desarrolló la agenda y la metodología de los encuentros y se llevó a cabo el primer diálogo energético.

Estos componentes se han desarrollado desde WWF en asociación con Isagen y con el apoyo técnico de la Escuela de Ingeniería de Antioquia, el apoyo en la facilitación y coordinación local del Proceso Estratégico Regional (PER), a través de la Corporación de Estudios, Educación e Investigación Ambiental (CEAM, organización ambiental de la región), y con la participación de 26 instituciones locales del sector público, regionales y nacionales, 8 empresas del sector privado y 60 organizaciones de la sociedad civil.

BAVARIA

⚙️ **Tipo de industria:** Bebidas

Tipo de relación: Promoción de prácticas empresariales sostenibles

Enfoque de conservación: Agua

Rango presupuestal para el año fiscal 2018: 25.000 € – 100.000 €

URL: <https://www.bavaria.co/>

El convenio entre WWF y Bavaria se centra en el paso 4 de Custodia del Agua “Acción Colectiva”. Durante el año fiscal 2018, Bavaria orientó sus esfuerzos a definir las acciones colectivas con las que procurará mitigar los riesgos más representativos en cada una de las cuencas en donde tiene sus plantas de producción. Se establecieron dos tipos de acción:

- Cooperación público-privada.
- Cooperación privada-privada.

**WWF PROPUSO LA
IMPLEMENTACIÓN
DE DIVERSOS
PROYECTOS PARA
CADA UNA DE
LAS CUENCAS
PRIORIZADAS.**

WWF propuso la implementación de diversos proyectos para cada una de las cuencas priorizadas. En este proceso se destacan los encuentros regionales por el agua que se realizaron en seis ciudades: Medellín, Bucaramanga, Manizales, Cúcuta, Cali y Cartagena, con el fin de establecer el estado actual de las cuencas de interés e identificar las iniciativas que se desarrollan en los territorios orientadas a su conservación y recuperación. Este paso es importante para establecer alianzas e incrementar la efectividad del trabajo por la conservación del recurso hídrico en la región.

Dentro de este proceso también participamos como socios en la declaratoria con la categoría de Parque Regional Natural a la zona Anaime-Chili.

Adicional a ello, en el marco de la implementación del proyecto “Páramos, biodiversidad y recurso hídrico en los Andes del Norte”, para la zona del Nudo Nevados, se apoyó el desarrollo de un estudio de riesgos climáticos, cuyos resultados se incorporaron de manera efectiva en instrumentos de planeación y ordenamiento del territorio.

ENCUENTROS POR EL AGUA

ISAGEN y BAVARIA, con la dirección técnica de WWF, se unen a los Encuentros por el Agua de la campaña BIBO de EL ESPECTADOR para fortalecer la gestión sostenible del recurso hídrico en Colombia.

Cuidar el agua es proteger la vida

Los Encuentros por el Agua tendrán seis conversatorios regionales y uno nacional con la participación del sector público y privado, la comunidad académica y organizaciones de la sociedad civil, para dialogar sobre la protección del agua y la biodiversidad en el país. Los Encuentros se realizarán en Medellín, Manizales, Bucaramanga, Cúcuta, Cali, Cartagena y Bogotá.

Respalda:



Dirección técnica:



En alianza con:



Una iniciativa de:



BANCO AGRARIO DE COLOMBIA

 **Tipo de relación:** Convenio marco de cooperación firmado

Enfoque de conservación: Desarrollo de mecanismos financieros para fomentar una economía baja en carbono, riesgo y custodia de agua y naturaleza en Colombia.

Rango presupuestal para el año fiscal 2018:

5.000 € - 25.000 €

URL: <https://www.bancoagrario.gov.co/Paginas/default.aspx>

Descripción de la alianza: El objetivo es suscribir un convenio de trabajo específico en el 2019, con el fin de desarrollar una política para el banco de riesgos ambientales y sociales de su operación.

SMURFIT KAPPA

 **Tipo de relación:**

Alianza/Patrocinio

Enfoque de conservación:

Conservación de los bosques

Rango presupuestal para el año fiscal 2018:

5.000 € - 25.000 €

URL:

<https://www.smurfitkappa.com/co>



Cuando compres productos que contengan madera... ¡Elige los que tengan el sello FSC!

UNA DE LAS
AMENAZAS
PRINCIPALES
QUE ENFRENTA
COLOMBIA EN LA
ACTUALIDAD ES LA
DEFORESTACIÓN.

Una de las amenazas principales que enfrenta Colombia en la actualidad es la deforestación. Al ser un país cubierto por bosques en casi el 50 % de su territorio, es fundamental desarrollar estrategias que promuevan la legalidad forestal y que vinculen a la ciudadanía en la conservación de los bosques a través de acciones directas, cotidianas y fáciles de hacer.

Por esta razón, WWF-Colombia diseñó una campaña para promover la compra de productos certificados con el sello FSC, enfocada en tres segmentos de mercado: papel, empaques y madera, como forma de darles respuesta a los consumidores finales sobre cómo, mediante sus decisiones cotidianas de compra, pueden conservar los bosques.

Smurfit Kappa es nuestro socio en la campaña para el segmento de papel. En esta alianza estratégica, ambas partes invierten recursos en una campaña de comunicación, cuyos objetivos específicos son:

- Lograr que los colombianos identifiquen el sello FSC y se convierta en un factor de decisión al momento de comprar.
- Promover el uso del sello FSC –por el valor que le da el mercado– en las empresas que están certificadas, pero no lo usan en sus empaques como un argumento de venta.
- Fomentar la certificación de las empresas, con el fin de garantizar la sostenibilidad y la legalidad de más productos forestales en el mercado.

Esta campaña la desarrollamos en WWF y trabajamos de la mano con los equipos Forestal y de Comunicaciones en Smurfit Kappa, utilizando resmas de papel marca CartoPrint que se encuentran en los *retailers*. Así, los consumidores saben en qué producto pueden encontrar el sello FSC y tomar una decisión responsable de compra. De esta manera estamos promocionando la decisión de compra inteligente, dándole un valor de sostenibilidad a la marca CartoPrint a través del sello FSC.

WWF-Colombia buscó a Smurfit Kappa por ser una compañía con productos certificados con el sello FSC y por tener unos altos estándares de sostenibilidad. Se llega a esta conclusión después de un proceso de *due diligence* y de entender el funcionamiento y operación de la compañía en Colombia.

EL ESPECTADOR

 **Tipo de relación:** Alianza (*in kind support / no income*)

Enfoque de conservación: Bosques y biodiversidad

Rango presupuestal para el año fiscal 2018: 1 millón € - 3 millones €

URL: <http://bibo.elespectador.com/fasciculos-2018/>

Descripción de la alianza (participantes, trabajo realizado, zonas y resultados): En 2018, la estrategia de sensibilización y educación ambiental BIBO cumplió ocho años al aire. En su última edición se centró en “Bosques, territorios de oportunidad”, evidenciando por qué son ecosistemas esenciales para nuestra vida y los beneficios que nos brindan. Se publicaron más de cincuenta contenidos editoriales en el periódico y ocho fascículos coleccionables (960.000 ejemplares); cada fascículo llegó a más de tres millones de personas. Adicionalmente, hubo presencia en radio, prensa y televisión (125 cuñas en Blu Radio y transmisión del comercial de marca 280 veces en canal Caracol). La campaña tanto en redes como en coleccionables e impresos llegó a más de 17 millones de colombianos.



conoce

LOS BOSQUES, TERRITORIOS DE OPORTUNIDAD

UNA INICIATIVA

De El Espectador, bajo la dirección técnica de WWF Colombia, en alianza con la Unión Europea y el apoyo de Grupo Argos, Isagen y Epm.

NUESTRO INTERÉS

Mostrar las historias registradas en los bosques, las cuales demuestran que los beneficios ambientales, sociales y económicos para los colombianos, provienen de un manejo sostenible y consensuado de nuestros recursos naturales como Territorios de Oportunidad.

TE INVITAMOS

Todos los jueves a partir de hoy, a conocer historias de nuestros territorios, en la sección BIBO de El Espectador y/o desde tu PC - móvil en bibo.elespectador.com/especiales

**Hay una parte del bosque en tu casa.
Cuidalo, protégelo y haz algo por él.**

Dirección técnica



Aliado



Apoya





PUBLIK

**CADA AÑO PUBLIK
APORTA DE
MANERA PROBONO
EL USO DE LA RED
DE PANTALLAS A
NIVEL NACIONAL
PARA PAUTAR
VIDEOS DE WWF.**



Tipo de relación: Alianza / Servicio probono (*inkind support / no income*)

Rango presupuestal para el año fiscal 2018: 25.000 € - 100.000 €

URL: <http://publik.co/>

Publik cuenta con una red de pantallas y equipos a nivel nacional para hacer publicidad exterior. Cada año Publik aporta de manera probono el uso de esta red de pantallas a nivel nacional para pautar videos de WWF. También dispone algunas de las áreas gráficas de estos equipos para presentar material de WWF. El costo de producción lo asume la organización sin pagar por la pauta.

GOOGLE



Tipo de relación: Donación de servicio (*inkind support / no income*)

Rango presupuestal para el año fiscal 2018: 25.000 € - 100.000 €

URL: <https://www.google.com/grants/>

Donación de los productos de Google (Google Ads, Google Apps) a WWF-Colombia evaluados en 120.000 USD al año. Esta donación es en especie; Google no entrega ningún dinero a WWF-Colombia.

LA HORA DEL PLANETA 2018

 URL: <http://www.wwf.org.co/?uNewsID=324472>

Las siguientes organizaciones se unieron como patrocinadores de la campaña a favor de los bosques del país, en torno al gran movimiento nacional por estos valiosos ecosistemas, promovido en la edición colombiana de la campaña global de WWF.

- Universidad EAN (academia)
5.000 € - 25.000 €
- Bavaria (bebidas)
5.000 € - 25.000 €

Las siguientes organizaciones y medios de comunicación realizaron aportes en especie: (*inkind support / no income*)

- Discovery
25.000 € - 100.000 €
- Canal 1
25.000 € - 100.000 €
- BIBO
25.000 € - 100.000 €
- Caracol TV
25.000 € - 100.000 €
- Publimetro
25.000 € - 100.000 €
- Crepes & Waffles (restaurante)
5.000 € - 25.0000 €



© Olegkrais



Homepage de la plataforma educativa “Juntos es Posible”.

PROGRAMA DE EDUCACIÓN AMBIENTAL “JUNTOS ES POSIBLE”

 URL: <http://www.juntosesposible.org/>

**LA PLATAFORMA
EDUCATIVA CONSTA
DE SEIS MÓDULOS
TEMÁTICOS,
CADA UNO TIENE
UNA DURACIÓN
APROXIMADA DE 15
MINUTOS.**

Programa de promoción de cultura ambiental que busca dar a conocer la riqueza natural de Colombia, su importancia para sus habitantes, las amenazas que enfrenta y cómo juntos podemos conservarla llevando estilos de vida más sostenibles. Quienes deseen ir un paso más allá, tienen la posibilidad de unirse a WWF y su comunidad de amigos. El programa se implementa a través de las empresas, las cuales actúan como un canal para llegar a sus grupos de interés. Su duración es de dos años, el primero basado en educación a través de una plataforma digital, donde las personas obtienen un reconocimiento como agentes de cambio por parte de WWF, y el segundo año enfocado en sensibilizar.

La plataforma educativa consta de seis módulos temáticos, cada uno tiene una duración aproximada de 15 minutos, tiempo en el que los usuarios conocen acciones puntuales para llevar estilos de vida más sostenibles y contribuir con el cuidado del planeta.



© DaysEdge / WWF-Colombia

Con esta iniciativa contribuimos al cumplimiento del ODS 12, **meta 12.8:** “Asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza”; y el 13, **meta 13.3:** “Mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional respecto de la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana”.

Al difundir esta información, buscamos sensibilizar a los colaboradores de las empresas sobre la importancia de ser ciudadanos conscientes, que juegan un rol importante en la “protección de nuestro patrimonio natural” (ODS 11 **meta 11.4**) y con ello contribuir a la “reducción del impacto ambiental negativo per cápita de las ciudades” (ODS 11 **meta 11.16**).

De la misma manera, la articulación con empresas con presencia en Colombia permite fomentar, promover e intercambiar conocimientos, a fin de apoyar el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, aportando con esto al cumplimiento del ODS 17 **metas 17.6 y 17.7**.

En el siguiente listado se relacionan las compañías con las que WWF-Colombia tuvo alianzas en un presupuesto anual menor a 25 K€:

- El Espectador
- Semana Sostenible
- JC DECAUX
- Parque Jaime Duque
- Háblame Colombia
- El Colombiano
- Teledellín





RED MUNDIAL DE OFICINAS WWF*

Oficinas de WWF*

Alemania
Armenia
Australia
Austria
Azerbaiyán
Bélgica
Belice
Bolivia
Brasil
Bulgaria
Bután
Camboya
Camerún
Canadá
Colombia
Corea
Croacia
Chile
China
Dinamarca
Ecuador
Emiratos Árabes Unidos
España

Estados Unidos de América
Filipinas
Finlandia
Fiyi
Francia
Gabón
Georgia
Grecia
Guatemala
Guayana Francesa
Guyana
Honduras
Hong Kong
Hungria
India
Indonesia
Islas Salomón
Italia
Japón
Kenia
Laos
Madagascar

Malasia
México
Mongolia
Mozambique
Myanmar
Namibia
Nepal
Noruega
Nueva Zelanda
Países Bajos
Pakistán
Panamá
Papúa Nueva Guinea
Paraguay
Perú
Polonia
Reino Unido
República Centroafricana
República Democrática del Congo
Rumania
Rusia
Singapur

Sudáfrica
Suecia
Suiza
Surinam
Tailandia
Tanzania
Túnez
Turquía
Uganda
Vietnam
Zambia
Zimbabue

Socios de WWF*

Fundación Vida Silvestre (Argentina)

Pasaules Dabas Fonds (Letonia)

Fundación para la Conservación de Nigeria (Nigeria)

*Al mes de agosto de 2016

100 %
RECICLABLE



1961

WWF fue fundada en 1961.

+100

Está presente en más de 100 países,
en los 6 continentes.



+5 M

WWF tiene más de 5 millones
de miembros.

+25 M

WWF tiene más de 25
millones de seguidores en
Facebook, Twitter y Google+



¿Por qué estamos aquí?

Para detener la degradación de los ambientes naturales del planeta y construir
un futuro en el que los seres humanos vivan en armonía con la naturaleza.

wwf.org.co

© 1996, WWF – World Wide Fund for Nature (también conocido como World Wildlife Fund)
® WWF y “living planet” son Marcas Registradas.
WWF-Colombia • Oficina principal: Carrera 35 n.º 4A-25 - Tel: +57 (2) 5582577 - Cali
Oficina Bogotá: Carrera 10 A n.º 69A-44 - Tel: +57 (1) 4431550
Oficina Mocoa: Calle 16 n.º 7A-36, barrio Jardín - Tel: +57 (8) 4206467