



# Informe de Relaciones Empresariales WWF Chile

Año Fiscal 2015

Para información adicional sobre relaciones con el sector empresarial, contactar a  
WWF Chile:

Daniel Alvarez (daniel.alvarez@wwf.cl)

Para requerimientos desde los medios de comunicación, contactar a:

Daniel Carrillo (daniel.carrillo@wwf.cl )

WWF es una de las organizaciones de conservación independientes con mayor trayectoria a nivel internacional. Fue fundada en Suiza en 1961 y actualmente cuenta con 5 millones de socios, 4 mil 500 empleados, 75 oficinas en todo el mundo y más de 13 mil proyectos en 157 países.

WWF trabaja por un planeta vivo y su misión es detener la degradación ambiental de la Tierra, construyendo un futuro en el que el ser humano viva en armonía con la naturaleza. Su programa persigue tanto la conservación de la biodiversidad biológica y la promoción del uso sostenible de los recursos naturales, como la disminución de la contaminación y el consumo excesivo de los mismos recursos.

Publicado en Enero de 2016 por WWF Chile, Valdivia, Chile.

Todos los derechos reservados. Cualquier reproducción total o parcial de la presente publicación deberá citar al autor y mencionar al propietario de los derechos de autor. Está prohibido reproducir y usar para otros fines las fotografías y figuras que aparecen en este documento.

Fotografía de portada: Centro de Mar de empresa Los Fiordos en Puerto Cisnes. © Denisse Mardones/WWF Chile.

# INTRODUCCIÓN

La misión de WWF 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. Como lo demuestra el Informe Planeta Vivo 2014, los retos para el ambiente global hoy en día son demasiado grandes, interconectados y urgentes para que una sola organización los pueda resolver. Reconociendo la magnitud y la complejidad de estos retos, hemos decidido involucrarnos en acciones colaborativas y colectivas con empresas, inversionistas, consumidores, gobiernos y otras organizaciones de la sociedad civil para impulsar el cambio positivo.

## NUESTRO TRABAJO CON EL SECTOR EMPRESARIAL

WWF busca trabajar con aquellos que tienen el mayor potencial de reducir las principales amenazas a la diversidad de la vida en la Tierra y de manera conjunta buscar soluciones a los retos de conservación que existen, como la deforestación, la sobrepesca, escasez de agua y el cambio climático. El sector empresarial maneja gran parte de la economía global, por lo que WWF considera que las compañías tienen una responsabilidad específica para asegurar que los recursos naturales y ecosistemas que respaldan el negocio sean usados de forma sostenible. Las empresas también deben estar dispuestas a liderar soluciones innovadoras para que se den los cambios necesarios y se puedan adaptar de manera rápida a las nuevas condiciones del planeta.

Al trabajar con las empresas, WWF busca contribuir en cambios de comportamiento y obtener resultados de conservación que de otra manera no serían posibles.

Más específicamente, nuestro trabajo con las empresas busca hacer lo anterior a través de:

- Promover una mejor producción y abastecimiento responsable de materias primas;
- Incentivar un cambio desde combustibles fósiles a 100% en energías renovables;
- Participar conjuntamente en políticas públicas;
- Apoyar el reparto equitativo de recursos naturales;
- Dirigir los flujos financieros para apoyar la conservación y manejo sustentable de los ecosistemas;
- Concientizar sobre la necesidad de consumir de forma más sabia; y
- Proteger algunos de los lugares del mundo más importantes a nivel ecológico.

Esto lo hacemos de diversas maneras, incluyendo el apoyo a regulaciones que detienen actividades ilegales y no sustentables, incentivando a las empresas y a plataformas empresariales a definir compromisos ambiciosos y a involucrarse en las discusiones de políticas públicas, y apoyando esquemas de certificación creíbles como por ejemplo, las de FSC (por sus siglas en inglés de *Forest Stewardship Council*), MSC (por sus siglas en inglés de *Marine Stewardship Council*) y ASC (por sus siglas en inglés de *Aquaculture Stewardship Council*). También publicamos informes y calificaciones sobre el desempeño de empresas o

sectores económicos, movilizamos a la opinión pública a través de campañas de alto perfil sobre temas relacionados con actividades empresariales (por ejemplo, La Hora del Planeta y Usa tu Poder), a la vez que formamos alianzas con empresas para trabajar con ellas de manera específica.

Este informe se enfoca en las alianzas que tiene WWF Chile con empresas específicas. La mayor parte del trabajo de WWF Chile con el sector empresarial se enfoca en empujar a las empresas para que reduzcan los impactos que la producción de sus productos tienen en el ambiente y ayudar a que los mercados prefieran productos más sostenibles. De esta manera La Iniciativa de Transformación de los Mercados (MTI, por sus siglas en inglés) se enfoca en las compañías más grandes que compran y producen bienes como la merluza, o provenientes de la acuicultura (ej.: salmones); y productos forestales como la madera y el papel. Asimismo, nuestra relación con empresas forestales incluye la participación en programas participativos como la Red Global de Comercio Forestal (Global Forest & Trade Network - GFTN), el Consejo de Custodia del Bosque (Forest Stewardship Council – FSC) y la plataforma Plantaciones de Nueva Generación (New Generations Plantations - NGP).

## LAS RELACIONES EMPRESARIALES DE WWF

Nuestra colaboración con empresas se basa en un entendimiento común sobre ciertos temas, ambiciones o actividades compartidas, y la voluntad de mostrar lo que hacemos en público.

En general, distinguimos tres tipos de alianzas con empresas:

1. Promoción de prácticas empresariales sustentables;
2. Actividades de comunicación y concientización; y
3. Relaciones filantrópicas.

### Promoción de prácticas empresariales sustentables

Nuestras alianzas bilaterales buscan obtener resultados directos en conservación en temas o sitios prioritarios a través del cambio en las prácticas que utiliza la empresa en sus operaciones y su cadena de valor. Esto con la intención de reducir los principales impactos ambientales de algunas de las empresas más grandes del mundo, alcanzar objetivos de conservación que de otra manera serían imposibles de lograr, e influenciar sectores y mercados relacionados.

### Actividades de comunicación y concientización

La segunda manera en que WWF se asocia con las empresas es para aumentar la conciencia del público sobre temas ambientales clave y movilizar a los consumidores a tomar acción a través de la comunicación y campañas (incluyendo campañas de mercadeo enfocadas en causas específicas). Estas alianzas también buscan resaltar la belleza y singularidad de los sitios y especies que WWF defiende. Este enfoque incluye, por ejemplo, acciones para motivar a que los consumidores compren productos sustentables, como madera certificada por el FSC, o que lleven a que las empresas apoyen campañas que inspiran a la acción a favor



de sitios especiales, como la Ecorregión Valdiviana, o especies amenazadas como la ballena azul.

## Relaciones filantrópicas

El tercer enfoque se articula a través de programas específicos con empresas para financiar proyectos de conservación y las instituciones que los lideran. Las relaciones filantrópicas con empresas recaudan dinero para la conservación de sitios clave y especies, y para fortalecer las capacidades y herramientas para lograrlo.

WWF se asocia en temas filantrópicos o de generación de conciencia cuando las empresas están tomando acciones significativas para mejorar su desempeño ambiental, o cuando ellas tienen impactos ambientales insignificantes.

Como se observa en este reporte, las alianzas con empresas pueden usar una combinación de estos enfoques.

## INDEPENDENCIA DE WWF EN SUS RELACIONES CON EMPRESAS

WWF trabaja con empresas para alcanzar nuestros objetivos de conservación. Las alianzas entre ONGs y empresas requieren relacionarse por medio de un diálogo constructivo al mismo tiempo que se desafían mutuamente con respecto a temas de gran importancia. En ese sentido, implican oportunidades y riesgos para ambas partes. En WWF, manejamos los riesgos usando guías claras y criterios específicos, incluyendo un proceso de debida diligencia. En todas nuestras relaciones, mantenemos y ejercitamos el derecho de opinar públicamente.

## TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS

Los resultados e impactos, tanto cualitativos como cuantitativos, son esenciales para WWF. Por eso abogamos para que haya transparencia en las acciones de todas las partes interesadas como un paso fundamental hacia la sustentabilidad. Creemos que hacerse responsable por los resultados de nuestro trabajo y la transparencia hacia nuestros seguidores y socios sobre cómo logramos esos resultados es vital para fortalecer nuestro enfoque de trabajo constructivo y cooperativo con todos nuestros socios, incluyendo el sector empresarial.

Queremos que todas nuestras relaciones con empresas tengan el mayor impacto posible, con el objetivo de generar resultados duraderos a gran escala. Por lo tanto hemos comenzado un proceso de evaluación más sistemático 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 se comprometen a continuar o, según sea el caso, iniciar a informar públicamente sobre todas nuestras relaciones empresariales, su intención, objetivos e impactos, de lo cual este informe es una parte.

## ESTE INFORME

El objetivo de este informe es dar una visión general de las relaciones que WWF Chile tiene con empresas individuales. Los fondos obtenidos a través de estas alianzas son usados por WWF Chile para:

- Trabajar con la empresa para reducir sus impactos y huella y colaborar para que los sectores y mercados cambien sus prácticas hacia la sostenibilidad, en línea con la estrategia de conservación global de WWF;
- Aumentar la conciencia del público sobre desafíos clave de conservación;
- Apoyar directamente los proyectos de conservación de WWF.

WWF Chile es el responsable directo de los acuerdos contractuales con las empresas en cuestión. Las ligadas a las distintas alianzas pueden en muchos casos ocurrir en otros países o regiones. En el Año Fiscal 2015, las alianzas con empresas representaron un 4% del presupuesto total de WWF Chile equivalente a US\$1,6 millones.

Los presupuestos relativos a cada acuerdo detallado a continuación están informados en rangos que siguen el estándar de WWF Internacional, según su equivalente en dólares americanos a la tasa de cambio vigente al 30 de junio 2015 de tasa de cambio de US\$1 = €0,90, correspondiente al cierre del Año Fiscal 2015. Estos son:

- Aporte en especie / Pro bono
- Menos de US\$6.000
- Entre US\$6.000 y US\$28.000
- Entre US\$28.000 y US\$111.000
- Entre US\$111.000 y US\$277.000
- Entre US\$277.000 y US\$555.000
- Entre US\$555.000 y US\$1.110.000
- Entre US\$1.110.000 y US\$3.329.000
- Más de US\$3.329.000

El Año Fiscal 2015, al cual se refiere este informe, dice relación del período entre el 1º de julio 2014 al 30 de junio 2015. Los acuerdos en él detallados se limitan a los que se encuentren vigentes durante dicho período.

Por esta razón el presente informe no incluye el **Acuerdo de Producción Limpia (APL) Conservación Ballena Azul y Grandes Cetáceos en la Patagonia Norte**, firmado en octubre de 2015 entre WWF Chile y otras organizaciones públicas y privadas, entre las que se cuenta: la Subsecretaría de Pesca; el Servicio Nacional de Pesca; la CORFO; Dirección General del Territorio Marítimo y de Marina Mercante, empresas salmoneras miembros de la Global Salmon Initiative (GSI): AquaChile, Blumar, Camanchaca, Los Fiordos, Multiexport y Ventisquero; la; el Centro Ballena Azul y la Universidad Austral de Chile.

# DESCRIPCIÓN DE LOS ACUERDOS

Los resúmenes que se detallan a continuación representan la lista de todos los acuerdos con empresas de WWF Chile durante el Año Fiscal 2015.

## Actividades de comunicación y concientización

I.

Nombre de la Empresa: **ENTEL S.A.**  
Tipo de industria: Telecomunicaciones  
Tipo de relación: Auspicio de la campaña La Hora del Planeta en Chile 2015.  
Enfoque de conservación: Comunicaciones para la Conservación  
Cambio Climático  
Rango del Presupuesto: Entre US\$6.000 y US\$28.000

II.

Nombre de la Empresa: **Walmart Chile S.A.**  
Tipo de industria: Detallista de alimentos, vestimenta y diseño del hogar  
Tipo de relación: Auspicio de la campaña La Hora del Planeta en Chile 2015.  
Enfoque de conservación: Comunicaciones para la Conservación  
Cambio Climático  
Rango del Presupuesto: Entre US\$6.000 y US\$28.000

III.

Nombre de la Empresa: **Sodimac S.A.**  
Tipo de industria: Detallista de materiales de construcción y diseño del hogar  
Tipo de relación: Auspicio de la campaña La Hora del Planeta en Chile 2015  
Enfoque de conservación: Comunicaciones para la Conservación  
Cambio Climático  
Rango del Presupuesto: Entre US\$6.000 y US\$28.000

IV.

Nombre de la Empresa: **Coca Cola S.A.**  
Tipo de industria: Fabricante de bebidas  
Tipo de relación: Auspicio de la campaña La Hora del Planeta en Chile.  
Enfoque de conservación: Comunicaciones para la Conservación  
Cambio Climático  
Rango del Presupuesto: Entre US\$6.000 y US\$28.000

Para el desarrollo de la campaña La Hora del Planeta (LHP) 2015 en Chile, WWF invitó a un pequeño grupo de empresas a ser patrocinadores. La inversión requerida fue un máximo de 10 millones de pesos, los que fueron usados principalmente en la campaña. A cambio, las empresas utilizaron la campaña LHP en sus redes sociales y en sus comunicaciones directas con el público (consumidores, partes interesantes a través de su Reporte de Sustentabilidad).

Sus logos respectivos fueron parte del material de campaña, publicidad en periódicos nacionales y regionales, así como el sitio web oficial de la campaña.



Afiche promocional de la campaña de La Hora del Planeta 2015 en Chile

V.

|                          |                                                                 |
|--------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| Nombre de la Empresa:    | <b>Walmart Chile S.A.</b>                                       |
| Tipo de industria:       | Detallista de alimentos, vestimenta y diseño del hogar          |
| Tipo de relación:        | Licencia                                                        |
| Enfoque de conservación: | Comunicaciones para la Conservación<br>Licensing<br>Filantropía |
| Rango del Presupuesto:   | Entre US\$28.000 y US\$111.000                                  |

WWF Chile y Walmart Chile firman un acuerdo de licencia con el fin de promover el uso de bolsas reutilizables entre los clientes de Walmart en sus cuatro marcas de supermercados con presencia en Chile: Lider, Lider Express, Econo, Acuenta. El acuerdo involucra el uso de la marca panda por un año en la producción y venta de 700 mil bolsas reutilizables, el desarrollo de una web informativo de la campaña Acuérdate de mí de Walmart (<http://vmw.cl/acuerdatedemi>), y financiamiento para levantar un Fondo Concursable gestionado por WWF Chile para el financiamiento de 8 proyectos de conservación propuestos por el público vía concurso abierto, que se realizará durante el primer semestre del año 2016.



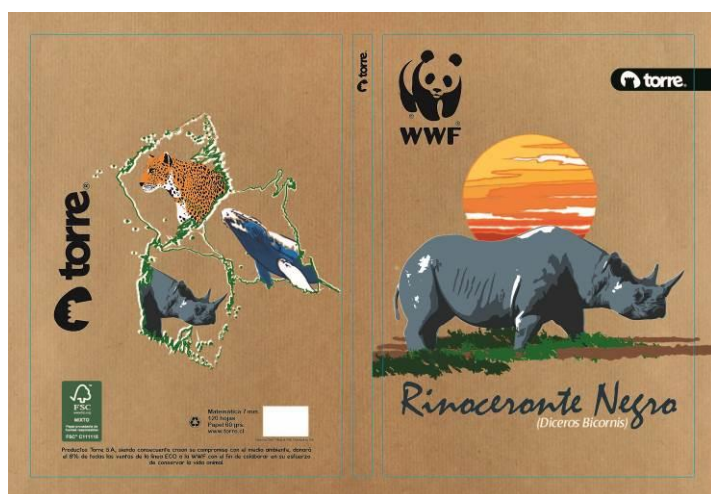
Afiche promocional de la campaña de Acuérdate de mí de Walmart Chile



VI.

|                          |                                                                                     |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Nombre de la Empresa:    | <b>Productos TORRE S.A.</b>                                                         |
| Tipo de industria:       | Publicación e impresión                                                             |
| Tipo de relación:        | Licencia                                                                            |
| Enfoque de conservación: | Comunicación para la conservación<br>Promoción del Forest Stewardship Council (FSC) |
| Rango del Presupuesto:   | Entre US\$6.000 y US\$28.000                                                        |

En 2012 WWF Chile firmó un acuerdo de licensing por tres años con productos Torre S.A. El acuerdo de licensing es específico para una línea ECO de cuadernos, libretas y archivadores desarrollados en papel y cartón certificado FSC.



Ejemplo de tapa y contratapa de la línea Eco de Torre

## Promoción de prácticas empresariales sustentables

VII.

|                          |                                                            |
|--------------------------|------------------------------------------------------------|
| Nombre de la Empresa:    | <b>EMPRESAS CMPC S.A.</b>                                  |
| Tipo de industria:       | Productos Forestales, de Pulpa y Papel y Madera            |
| Tipo de relación:        | Participación de plataforma liderada por WWF Internacional |
| Enfoque de conservación: | NGP                                                        |
| Rango del Presupuesto:   | Entre US\$6.000 y US\$28.000                               |

VIII.

|                          |                                                            |
|--------------------------|------------------------------------------------------------|
| Nombre de la Empresa:    | <b>MASISA</b>                                              |
| Tipo de industria:       | Productos Forestales, de Pulpa y Papel y Madera            |
| Tipo de relación:        | Participación de plataforma liderada por WWF Internacional |
| Enfoque de conservación: | NGP                                                        |
| Rango del Presupuesto:   | US\$6.000 y US\$28.000                                     |

IX.

Nombre de la Empresa: **Arauco S.A.**  
Tipo de industria: Productos Forestales, de Pulpa y Papel y Madera  
Tipo de relación: Participación de plataforma liderada por WWF Internacional  
Enfoque de conservación: NGP  
Rango del Presupuesto: US\$6.000 y US\$28.000

En estos casos, los fondos son canalizados hacia WWF Internacional.

La plataforma Plantaciones de Nueva Generación (NGP, por sus siglas en inglés) trabaja por hacer realidad una visión en que las plantaciones forestales contribuyen positivamente al bienestar de las comunidades locales y no reemplazan los bosques naturales u otros ecosistemas. WWF Internacional administra la plataforma con la participación de empresas forestales y gobiernos alrededor del mundo. La plataforma es un lugar para compartir ideas y aprender sobre mejores prácticas en plantaciones forestales a través de ejemplos reales. Los participantes se comprometen a implementar buenos métodos de plantación forestal en sus plantaciones. A través de varios eventos y viajes de estudio, la NGP también busca influenciar otras empresas y gobiernos para tomar decisiones de manejo de plantaciones que sean responsables ambiental y socialmente.

X.

Nombre de la Empresa: **Los Fiordos**  
Tipo de industria: Salmonicultura  
Tipo de relación: Memorándum de Entendimiento (MOU)  
Enfoque de conservación: ASC  
Rango del Presupuesto: No implica traspaso de fondos a WWF Chile

WWF Y los fiordos firmaron un Memorandum de Entendimiento (MOU por su sigla en Inglés) que definió una serie de actividades, entre las que se cuentan el inicio de una evaluación por parte de la compañía de sus más de 30 centros de producción de salmónidos, con el fin de medir el potencial de cumplimiento del estándar de certificación del Aquaculture Stewardship Council, ASC. Esto, para dar cumplimiento al compromiso de certificar el 100% de su producción de salmones bajo este sello.



Firma de MOU, entre WWF y Los Fiordos.

## Relaciones filantrópicas

XI.

|                          |                                                 |
|--------------------------|-------------------------------------------------|
| Nombre de la Empresa:    | <b>Rabobank</b>                                 |
| Tipo de industria:       | Banca y Finanzas                                |
| Tipo de relación:        | Fomento de prácticas de producción sustentables |
| Enfoque de conservación: | Acuicultura                                     |
| Budget range (EUR):      | No implica traspaso de fondos a WWF Chile       |

Rabobank ha financiado, a través de WWF Holanda, iniciativas que promueven cambios a nivel de industria para alcanzar una producción responsable. Asimismo, el apoyo que ha brindado a nivel de investigación primaria permitió enriquecer el conocimiento sobre la biodiversidad en las zonas de producción de salmones, de modo que las empresas puedan adaptarse para aminorar el impacto de su producción. Rabobank también ha desarrollado una herramienta para apoyar la implementación de estándares sociales y ambientales en la evaluación de solicitudes de préstamos por parte de empresas del sector. Junto con esto, el banco ha apoyado activamente a WWF en el desarrollo de un set de herramientas para la industria de la salmonicultura que le permita abordar de manera sistemática los desafíos sociales a los cuales se enfrenta de cara a la certificación ASC.

## Otras relaciones

XII.

|                        |                                            |
|------------------------|--------------------------------------------|
| Nombre de la Empresa:  | <b>Grasty, Quintana, Majlis &amp; Cía.</b> |
| Tipo de industria:     | Asesoría Legal                             |
| Tipo de relación:      | Asesoría Legal                             |
| Rango del Presupuesto: | Asesoría Pro Bono                          |

# LA RED GLOBAL DE WWF

---

## Oficinas de WWF en el mundo

|                          |                  |                          |
|--------------------------|------------------|--------------------------|
| Armenia                  | Ghana            | Philippines              |
| Azerbaijan               | Greece           | Poland                   |
| Australia                | Guatemala        | Romania                  |
| Austria                  | Guyana           | Russia                   |
| Belgium                  | Honduras         | Senegal                  |
| Belize                   | Hong Kong        | Singapore                |
| Bhutan                   | Hungary          | Solomon Islands          |
| Bolivia                  | India            | South Africa             |
| Brazil                   | Indonesia        | Spain                    |
| Bulgaria                 | Italy            | Suriname                 |
| Cambodia                 | Japan            | Sweden                   |
| Cameroon                 | Kenya            | Switzerland              |
| Canada                   | Laos             | Tanzania                 |
| Central African Republic | Madagascar       | Thailand                 |
| Chile                    | Malaysia         | Tunisia                  |
| China                    | Mauritania       | Turkey                   |
| Colombia                 | Mexico           | Uganda                   |
| Costa Rica               | Mongolia         | United Arab Emirates     |
| Democratic Republic of   | Mozambique       | United Kingdom           |
| Congo                    | Namibia          | United States of America |
| Denmark                  | Nepal            | Vietnam                  |
| Ecuador                  | Netherlands      | Zambia                   |
| Finland                  | New Zealand      | Zimbabwe                 |
| Fiji                     | Norway           |                          |
| France                   | Pakistan         |                          |
| Gabon                    | Panama           |                          |
| Gambia                   | Papua New Guinea |                          |
| Georgia                  | Paraguay         |                          |
| Germany                  | Peru             |                          |

# WWF en números

## 1961

WWF fue fundada en el año 1961

## +100

WWF trabaja en 100 países,  
en 6 continentes

## +5M

WWF tiene más de 5 millones  
de socios a nivel mundial

## +5,000

WWF tiene más de 5  
mil trabajadores en  
todo el mundo



#### Why we are here

To stop the degradation of the planet's natural environment and  
to build a future in which humans live in harmony with nature.

[panda.org](http://panda.org)