



BOLETÍN  
COLOMBIA  
MARZO  
2013

# en acción 14

ISSN: 2145-7654

# #unahorapara RETA AL SALVA MUNDO EL PLANETA

23.03.13 de 8:30 a 9:30 pm

# 60+

LA HORA  
DEL PLANETA



# UNA HORA SIN LUZ: UN COMPROMISO CON EL PLANETA

El séptimo evento consecutivo de la campaña global conocida como La Hora del Planeta se llevó a cabo el pasado 23 de marzo de 8:30pm a 9:30pm. Esta campaña que empezó de manera tímida en Sydney, Australia, como una idea revolucionaria de apagar las luces y todos los aparatos eléctricos no indispensables durante 60 minutos, ha ido tomando tanta fuerza que en 2010 fue declarada como la causa que más personas ha reunido en la historia de la humanidad por un bien común: tomar conciencia sobre el cambio climático y las emisiones contaminantes. Este año, 2013, el evento se celebró con éxito en más de 150 países y 7000 ciudades. En Colombia, la estrategia digital sobre pasó todas las expectativas logrando la participación masiva de miles de personas en las redes sociales y el apoyo y difusión de varios medios de comunicación.



**Mary Lou Higgins**  
Directora Programa  
Subregional Amazonas Norte  
& Chocó - Darién WWF

Aunque apagar la luz durante una hora en sí es un acto simbólico, como lo es el Día sin Carro que se celebra en varias ciudades de Colombia, las acciones y compromisos adquiridos a partir de éste van más allá. Usamos el poder de La Hora del Planeta para motivar cambios como los de Rusia, donde a través de las suficientes firmas, se creó una nueva ley que protege a los océanos de la contaminación del petróleo, y se prohibió la extracción industrial forestal en bosques primarios, que alcanzan un área del doble del tamaño de Francia.

En Colombia, el éxito de la campaña se consiguió gracias al número de interacciones en las redes sociales. El *hashtag* **#unahorapara**, que fue usado como eje de la misma para que las personas opinaran sobre lo que se puede hacer durante 60 minutos sin luz para ayudar a salvar al mundo, se convirtió en tendencia en las redes sociales. De esta manera, se triplicó la meta de la siembra de los 10 mil árboles que Grupo Éxito, Coca-Cola, Isagén y Syngenta se comprometieron a llevar a cabo en distintos municipios del Valle, Cauca, Bolívar, Cundinamarca, Tolima y Antioquia, a través del apoyo de ConTREbute, una empresa aliada y especializada en esta labor. Hoy podemos decir con orgullo que como resultado de esta campaña, se sembrarán 30 mil árboles en Colombia.

En gran medida, las emisiones de gases efecto invernadero surgen debido a los cambios en el uso de la tierra como la deforestación y degradación de los bosques y otros ecosistemas naturales del país. El uso de carbón e hidrocarburos como fuentes de energía y combustible para el transporte también son otras de las razones. Colombia es reconocido como un país con bajas emisiones dado que tiene una matriz energética basada en la generación hidroeléctrica. Sin embargo, estudios preliminares enmarcados en la primera fase de la Estrategia de Desarrollo Bajo en Carbono que adelanta el país señalan tendencias preocupantes. Dichos estudios sugieren aumentos de las emisiones para el 2040 con respecto al 2004 en todos los sectores evaluados, incluyendo la generación eléc-



Diseño del Twibbon, herramienta que permite vestir las fotos de perfil para apoyar distintas causas.

sables. En el caso de Corea del Sur, que hace pocas décadas tenía un PIB menor que el de Colombia y que hoy, con excelentes resultados, ha decidido apostarle a una Industria Climática como nueva fuerza verde del motor económico.

Por todo esto es que La Hora del Planeta hace eco en el mundo. La idea no sólo es echar a volar la imaginación, sino tomar acciones en nuestros patrones de consumo y lograr que las voces de cientos de miles de personas repercutan en la toma de decisiones para buscar con urgencia esquemas de desarrollo bajos en carbono basados en energías alternativas y limpias, en la conservación, en sistemas de producción limpia y en sistemas masivos e integrados de transporte. Muchos se están uniendo y todos debemos hacerlo, y aunque hoy nos parezca poco, 60 minutos de compromiso por el planeta pueden ser, de manera fuerte y contundente, una hora para hacer la diferencia.

**Fonseca** @Fonseca 24 mar

Yo acepté el reto de la Hora del Planeta [#unahorapara](#) mostrar nuestro compromiso [bit.ly/10WKFDI](http://bit.ly/10WKFDI) Por cada 10 RT sembraremos un árbol

[Reducir](#) [Responder](#) [Retwittear](#) [Favorito](#) [Más](#)

270	13
RETWEETS	FAVORITOS

2:09 pm - 24 mar 13 · Detalles

[Responder a @Fonseca](#)

Fonseca es uno de los artistas colombianos de música pop más reconocidos en Colombia y en el exterior. Ganador de dos premios Grammy, está considerado como uno de los twitteros más influyentes del país con 2.456.216 seguidores. Cada vez que el artista usó el hashtag #unahorapara este contenido fue visto por todos sus seguidores y replicado por muchos.

trica, el transporte, la industria, el agropecuario y el minero, que pueden estar entre el 30% y 70%, dependiendo del sector.

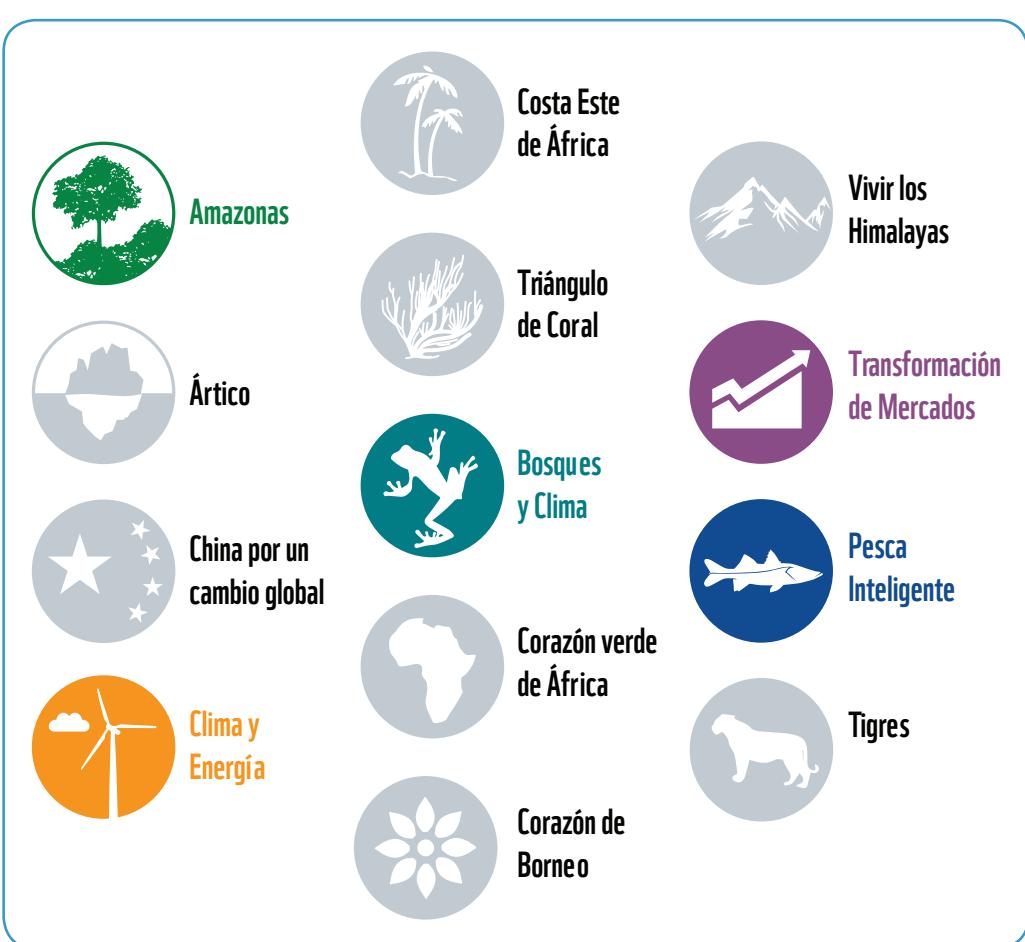
Evidentemente el país necesita evaluar propuestas más ambiciosas para que su crecimiento económico se mantenga en una senda baja en carbón, en especial en el sector eléctrico, de transporte, industria, minería y agricultura. Debemos buscar el uso de energías limpias y su investigación e implementación no sólo son urgentes sino po-

# OBJETIVOS GLOBALES DE WWF EN EL MUNDO

Para enfocar sus esfuerzos de conservación, WWF se centra en 13 iniciativas globales que, con una visión de largo plazo, nos permiten tener impactos duraderos para las especies y ecorregiones del mundo.

Además, nos dan la posibilidad de conectar lo local con lo global y aunar esfuerzos para que, a través del trabajo de cada día, se proyecten en el tiempo los cambios que nos permiten cumplir con nuestra misión: detener la degradación del medio ambiente natural de la Tierra y construir un futuro en que los seres humanos vivan en armonía con la naturaleza.

Cada una de estas iniciativa constituye una pieza central de nuestro plan estratégico de conservación. Encuentra en cada noticia de este boletín, a que objetivo global apuntan nuestros logros y acciones.



# HORA DEL PLANETA 2013, COLOMBIA SUPERÓ TODAS LAS EXPECTATIVAS

A través de una estrategia de comunicación digital, WWF Colombia se unió a La Hora del Planeta con una campaña masiva y sin precedentes que movilizó a miles de personas en las redes sociales. Mediante el uso de la etiqueta (*hashtag*) #unahorapara en Twitter, así como compartiendo contenido de la campaña en Facebook y/o entrando a dejar un com-

promiso en la página web de la campaña, el público pudo opinar sobre lo que se puede hacer en una hora a oscuras para desafiar la crisis climática y salvar el planeta. Además, esta estrategia retó a algunas de las más grandes empresas del país para que dieran pasos firmes y tomaran acciones concretas frente al tema de la conservación de las riquezas naturales. El objetivo: sembrar 1 árbol por cada 10 interacciones alcanzadas en las redes sociales. El resultado: un alcance de 20.700.000 personas y 30 mil árboles que serán sembrados a través de ConTREBute, una empresa aliada especializada en esta materia, para reforestar zonas estratégicas del país ubicadas en los departamentos del Valle, Cauca, Bolívar, Cundinamarca, Tolima y Antioquia.

## NUESTROS LOGROS

- **30 mil árboles** serán sembrados en 6 departamentos del país.
- **20.700.000 usuarios** fue el público alcanzado a través del uso del *hashtag* #unahorapara, el cual fue publicado y compartido (RT) **20.416 veces**.
- **74.783 personas** interactuaron en redes sociales.
- **3.023 personas** vistieron sus fotos de perfil de las redes sociales a través del Twibbon de La Hora del Planeta.
- **1077 compromisos firmados**, en el *Landing Page* [www.lahoradelplaneta.co](http://www.lahoradelplaneta.co).
- **144%** aumentó el número de nuestros seguidores de Facebook.
- **61%** aumentó el número de nuestros seguidores en Twitter.
- **2 veces** fuimos Trending Topic a través del #unahorapara.
- **2 minutos y 36 segundos**, en promedio, duró cada visitante viendo los contenidos publicados en el *Landing Page*.
- **Más de 100 registros** conseguidos en medios de comunicación, y el apoyo activo de medios aliados como de El Espectador, Caracol Televisión y Blu Radio, entre otros.
- A través de sus redes sociales, artistas y líderes de opinión se unieron a la Hora del Planeta. Entre ellos, **Claudia Bahamón, Fonseca, Andrea Serna y Paola Turbay**.



## #unahorapara cumplir la meta de sembrar 10 Mil Árboles



wwf.org.co

Ellos  
Aceptaron  
El Reto  
¿Y Tú?

Acepta el reto aquí  
[www.lahoradelplaneta.co](http://www.lahoradelplaneta.co)



#unahorapara  
@AndreaSernaRCN  
Seguidores:  
1.480.920



#unahorapara  
@CLAUDIABAHAMON  
Seguidores:  
588.186



#unahorapara  
@ROBERTO\_CAN0  
Seguidores:  
195.309



#unahorapara  
@jhpelaez  
Seguidores:  
107.269



#unahorapara  
@karltroller  
Seguidores:  
18.685



#unahorapara  
@PaolaTurbayFans

Ellos también aceptaron el reto:



Mailing dirigido a empresas y medios de comunicación.



Para más información por  
favor contactar a Alexandra  
Gómez (agomez@wwf.org.co),  
Directora de  
Comunicación y Marketing  
WWF Colombia

- A través de organizaciones aliadas a la campaña se llevaron a cabo eventos en Bogotá, Medellín, Cali, Cartagena y Yumbo en los que se logró la concurrencia masiva de público.
- Del 20 al 23 de Marzo Publik puso a disposición de la campaña 18 pantallas ubicadas en distintas ciudades en las que se proyectaron 6.630 veces ecotips sobre medio ambiente y cambio climático.
- El Departamento Administrativo para el Deporte, Coldeportes, llevó a cabo su propio evento de siembra de árboles y unió sus redes sociales a las de La Hora del Planeta en Colombia.
- Se logró un gran afianzamiento de seguidores en redes sociales, un posicionamiento de WWF en los medios de comunicación y una posición estratégica como aliado de algunas de las empresas más grandes del país, para impulsar y llevar a cabo los cambios necesarios para enfrentar el cambio climático en Colombia.

# LAS ACTIVIDADES DE NUESTROS ALIADOS DURANTE LA HORA DEL PLANETA

## En Cali:

- Alrededor de 300 personas se congregaron en el Centro Comercial Jardín Plaza en el cual se realizó un evento especial. Entre otras actividades, se formó el símbolo del 60+ usando velas y se llevaron a cabo comparsas.

- **Almacenes La 14:** Realizó un evento corporativo que incluyó a más de 5500 empleados, clientes y visitantes. A través de sus diferentes canales de comunicación, como carteleras, correo electrónico corporativo, página Web y Redes Sociales, todos ellos participaron del evento aceptando el reto de salvar el Planeta.

## En Bogotá:

- **Paramos Savers:** Colectivo ecológico que divulga la importancia de los páramos, convocó a un evento en Maloka que tuvo como punto de atracción los medios de transporte amigables con el medio ambiente. Alrededor de unas 500 personas participaron del círcopaseo nocturno y de la actividad que se realizó en el planetario de este centro cultural.

- **Coldeportes:** Con una actividad a nivel interno, se manifestaron con el planeta y realizaron una siembra de árboles entre sus empleados. Replicaron el mensaje a través de sus redes sociales.

## En Cartagena:

- La Corporación Pulso Verde lideró la iniciativa de apagar las luces del monumento de la Torre del Reloj. Asistieron alrededor de 200 personas.

## En Medellín:

- En el Parque de Los Deseos del Planetario, y durante La Hora del Planeta, decenas de asistentes reflexionaron sobre la importancia de los cielos oscuros para la observación astronómica.

## En Yumbo:

- **La Fundación Nuestra Tierra:** De la mano de Manuel Antonio Alos y el grupo de danza de Yumbo se celebró La Hora del Planeta con una clase de aerorumba en la plazoleta de la Alcaldía de dicho municipio. Además de apagar las luces del parque principal y de la alcaldía, el grupo de danza y el público formaron con sus cuerpos el número 60+ compartiendo a la luz de las velas.



© Néstor Quintero Orrego /Maloka

Celebrando la Hora del Planeta, Bogotá, Colombia.





Reserva Natural La Planada, Colombia

© Pablo Corral / WWF-Colombia



Reserva Natural La Planada, Colombia

© Pablo Corral / WWF-Colombia

Nuestros proyectos y metas

## LOS BOSQUES NATURALES DE PANAMÁ OBTIENEN LA PRIMERA CERTIFICACIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN FORESTAL FSC

Luego de un proceso de 10 años, los bosques de las comunidades del Río Tupiza y Marragantí en el Darién panameño han recibido la certificación del FSC (Forest Stewardship Council), lo que significa que se han tenido en cuenta consideraciones de peso que permitirán a las comunidades conservar los valores y mantener la integridad de estos ecosistemas.

Además, este proceso dotará de seguridad a los clientes y consumidores de recursos maderables que sabrán que la madera producida en los bosques de la comunidad proviene de áreas manejadas bajo criterios sostenibles. El anuncio se realizó durante la **1era Rueda Internacional de Negocios Forestales** que tuvo lugar en Ciudad de Panamá el 18 de marzo, donde empresarios provenientes de Bolivia, Canadá, Colombia, Costa Rica, Estados Unidos, Panamá y Perú se reunieron para promover la transformación del mercado global y proteger los bosques amenazados alrededor del mundo. Durante este evento se llevaron a cabo más de 70 reuniones de trabajo y las negociaciones realizadas allí promediaron más de medio millón de dólares.



Para más información por favor contactar a Carlos Espinosa (cespinosa@wwf.org.co), Oficial Programa Forestal GFTN WWF Panamá





Río Tupiza, Darién panameño

© Carmen Ana Dereix / WWF-Colombia

# UN EVENTO SIN PRECEDENTES QUE ESTÁ TRANSFORMANDO EL PUTUMAYO

sobre la contaminación por sustancias químicas como el mercurio, a la vez que se iniciará la formulación de un plan ordenamiento pesquero.

En el marco del Proyecto Putumayo Tres Fronteras, se llevó a cabo el **Conversatorio de Acción Ciudadana** que permitió a las comunidades de Puerto Leguízamo, en el departamento del Putumayo, dialogar para alcanzar la resolución de conflictos ambientales. Más de 25 instituciones participaron de este encuentro que abrió las puertas para que temas que por muchos años fueron ignorados por algunas instituciones, comiencen a tomar relevancia en la agenda de las mismas. Ejemplo de ello es la contaminación de los peces de consumo que se sustraen del río Putumayo, a los cuales se les dará una vigilancia intensificada y un estudio



Puerto Leguízamo, Colombia



© Fenney Diaz / WWF-Colombia

Igualmente, se acordó la elaboración de un Plan de Desarrollo Agropecuario teniendo en cuenta las semillas locales y los modelos de producción amazónica y se buscará apoyo financiero para la implementación de un Plan de Gestión de Residuos Sólidos, acciones que ya se empezaron a implementar y tendrán resultados en un mediano plazo.

Para más información por favor contactar a Camilo Ortega (scortega@wwf.org.co), Coordinador del Programa Trinacional.



Gracias al compromiso adquirido por las instituciones se comenzará a trabajar en procesos de reconversión ganadera que buscan disminuir el cambio en el uso del suelo y frenar la expansión de la frontera agrícola y la deforestación. En este punto se tendrá en cuenta el mejoramiento productivo, los impactos ambientales de la ganadería y la adaptabilidad a la sostenibilidad de los sistemas amazónicos.

El conversatorio no sólo tendrá un gran impacto a nivel regional, sino que provocará resultados de gobernanza local que aportarán a los procesos nacionales y fronterizos, así como a la consolidación de la iniciativa del Programa Trinacional y su fortalecimiento como un instrumento de gestión de áreas protegidas en zona de Frontera.

## EL CONVERSATORIO EN NÚMEROS

- **1 año** de preparación fue necesario para llevar a cabo el Conversatorio.
- **31 líderes** participaron del encuentro entre ellos campesinos e indígenas.
- **35 mil habitantes** es la población aproximada que estuvo representada en el Conversatorio.
- **25 instituciones** de orden nacional, regional y local se hicieron presentes entre las que se encontraban Ministerios, Instituciones de Investigación, Secretarías Departamentales y Gobernaciones, entre otras.



# TERMINÓ LA VEDA DE CAMARÓN DEL PACÍFICO COLOMBIANO DEJANDO CIUDADANOS INFORMADOS Y CONCIENTES

busca reducir la presión sobre este recurso ambiental durante una etapa de su ciclo vital (crecimiento, reproducción y/o reclutamiento).



Para más información por favor contactar a Luis Alonso Zapata (lazapata@wwf.org.co), Coordinador del programa Marino Costero WWF Colombia

En Colombia, el camarón es uno de los recursos más importantes para la pesca y es la principal fuente de sustento de miles de familias de la costa Pacífica. Su sobreexplotación, sin embargo, lo está poniendo en riesgo. Para revertir esta realidad, la Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca (AUNAP), en acuerdo con WWF, implementó una campaña de sensibilización y educación en algunos de los principales municipios y ciudades de esta región que incluyó carteles, folletos, cuñas de televisión y pautas radiales, así como una estrategia mediática y de redes sociales que les facilitó a los ciudadanos entender el mensaje y tomar acción. A pesar que la veda concluyó, el trabajo aún no acaba. Con el comienzo del periodo posterior a la veda, el acuerdo de WWF con la AUNAP continúa para la búsqueda de medios que permitan fortalecer la conciencia pública sobre la importancia de este proceso.



Pescador del Pacífico Colombiano

© Mauricio Granados

NOMBRE	AUTORES	ISBN	PAG Y TAMAÑO
Atlas Parque Nacional Natural Los Katíos	WWF-Colombia, Parques Nacionales Naturales de Colombia y Patrimonio Natural	Impreso: 978-958-8353-49-4 Digital: 978-958-8353-50-0	74 págs. Oficio
<p><b>RESEÑA</b></p> <p>Este Atlas es un insumo para mejorar el conocimiento del territorio, su estado de conservación y las propuestas de ordenamiento y manejo sostenible del mismo.</p> <p>En él se recopilan los resultados de la gestión conjunta realizada durante el año 2012 liderada por el Parque Los Katíos y WWF con las comunidades campesinas, afro e indígenas ubicadas en su área de influencia en el marco del Programa “Paisajes de Conservación”, iniciativa liderada por Patrimonio Natural (Fondo para la Biodiversidad y Áreas Protegidas).</p> <p>En el Atlas se presenta, de manera general, información y mapas relacionados con los tipos de ecosistemas, la tenencia de la tierra, formas de ocupación, uso del territorio, coberturas de uso del suelo, diferentes proyectos de infraestructura con influencia en él, e ilustra algunos escenarios de cambio climático; todos estos elementos son fundamentales para avanzar en las propuestas de ordenamiento ambiental del territorio en el área de influencia del Parque Nacional Natural Los Katíos. Los productos aquí presentados aportaron información y análisis considerados en la reformulación del plan de manejo del mismo.</p> <p>El Atlas incluye fotografías e ilustraciones de los Valores Objeto de Conservación y de algunos ejercicios de cartografía social realizados por el equipo de trabajo, donde se resalta el aporte y participación de las comunidades, ejercicio facilitado por el trabajo de los expertos locales delegados por cada organización</p>			





**1961**

Primer logo de WWF  
realizado por Sir Peter Scott  
a partir de los bocetos de  
Gerald Watterson.



**1978**

Primer ajuste al logo  
de la organización,



**1986** **WWF**

En esta nueva versión se  
incluye la sigla como parte de  
la imagen de la organización.

**WWF 2000**

El ajuste más reciente se dio  
con el inicio del nuevo siglo y  
se proyecta hacia el futuro.



**Por qué estamos aquí.**

Para detener la degradación del ambiente natural del planeta y construir  
un futuro en el cual los humanos convivan en armonía con la naturaleza.

[wwf.org.co](http://wwf.org.co)



**50 AÑOS**  
DE CONSERVACIÓN

GRACIAS  
POR SU APOYO