



Informe sobre
**Relaciones
Empresariales**

Año fiscal 2019 (julio 2018 / junio 2019)



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

Ximena Barrera

Directora Relaciones de Gobierno y Asuntos Internacionales

Sandra Valenzuela

Directora Operaciones, Alianzas y Financiamiento

Ana Carolina Díaz

Especialista en Alianzas Estratégicas

Camila Cammaert

Especialista de Sistemas Alimenticios

Alejandra González

Oficial de Mitigación de Cambio Climático

Clara Sofía Gómez Botero

Especialista en Finanzas



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

Alexandra Gómez

Directora de Comunicaciones y Conexión

Este informe corresponde al año fiscal 2019, que comprende desde julio de 2018 hasta junio de 2019. Publicado en 2020 por WWF-Colombia (World Wide Fund for Nature / también conocido como 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
Consultora en Relacionamento
Corporativo

Diseño: El Bando Creativo

Fotografía portada:
Giovanny Pulido / Minga Expeditions

Todos los derechos reservados.

CONTENIDO

Sobre el informe	4
Desarrollando 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. Actividades de comunicación, concienciación y mercadeo con causa	21
3. Relaciones filantrópicas	23
 Transparencia y rendición de cuentas	 24
Compañías con las que WWF ha realizado alianzas	26
Isagen	26
Banco agrario	29
El Espectador	29
Publik	31
Google	31
TalentP.	31
Programa 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 seis millones de personas y una red mundial que trabaja en más de 120 países.

Su misión es contribuir a 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 biodiversidad mundial. De esta manera se asegura que el uso de los recursos naturales renovables sea sostenible, y se promueve la reducción de la contaminación y del consumo desmedido.

La apuesta de WWF está centrada en mantener 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, en donde cada individuo sea consciente de su impacto. Por eso, para WWF el sector empresarial, que mueve gran parte de la economía global, tiene la responsabilidad de garantizar que los recursos naturales y los servicios ecosistémicos, que permiten la existencia de su negocio, sean usados de forma sostenible. Las empresas tienen el gran reto de generar y apoyar soluciones innovadoras y amigables con el medio ambiente que les permitan ser resilientes frente a las nuevas condiciones del planeta.

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



DESARROLLANDO ACCIONES COLECTIVAS AUDACES

En 2020, tenemos una oportunidad imperdible para trazar un nuevo rumbo: los líderes mundiales y los ciudadanos pueden generar el cambio necesario para salvaguardar el futuro de las personas y de toda la vida, mediante un **Nuevo Acuerdo para la Naturaleza y las Personas**. Esta es una oportunidad trascendental para impulsar a las sociedades hacia un camino de desarrollo sostenible y equitativo, aprovechando los enormes beneficios globales que ofrece la agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 2030 de la ONU.

Durante este año, **se negociará un nuevo marco y objetivos globales de biodiversidad, las contribuciones de los países al acuerdo climático de París, un nuevo tratado para los océanos y un compromiso renovado con el medio ambiente bajo los ODS.**

WWF hace un llamado a un **Nuevo Acuerdo para la Naturaleza y las Personas**, con el fin de aumentar la relevancia de la naturaleza y la conexión entre el clima y la agenda de biodiversidad. Su visión es proteger y restaurar la naturaleza para 2030, en beneficio de las personas y el planeta, en apoyo de los ODS.

Frente a esta coyuntura, desde WWF estamos poniendo en marcha una estrategia global de conservación que refleje la forma en que el mundo está cambiando, que responda a los grandes retos ambientales de la actualidad y contribuya a unir y enfocar esfuerzos colaborativos para lograr un mayor impacto.

En WWF continuaremos trabajando en integrar acciones a diferentes escalas en ecorregiones de importancia mundial, así como en incidir en las principales causas de pérdida de biodiversidad. Nos enfocaremos principalmente en seis metas globales –vida silvestre, bosques, océanos, agua, clima y energía y alimentos– y en tres factores claves de la degradación ambiental –mercados, finanzas y gobernanza–. Además, para cada una de las metas, estamos creando comunidades de práctica a nivel mundial, compuestas por especialistas de WWF y socios externos clave.

**DURANTE ESTE
AÑO, SE NEGOCIARÁ
UN NUEVO MARCO
Y OBJETIVOS
GLOBALES DE
BIODIVERSIDAD, LAS
CONTRIBUCIONES
DE LOS PAÍSES
AL ACUERDO
CLIMÁTICO DE
PARÍS.**

Lo anterior fomentará una mayor colaboración a nivel internacional, propiciando escenarios de innovación que permitan desarrollar nuevas ideas de mitigación y adaptación al cambio climático, y escalar aquellas más prometedoras, mientras unimos esfuerzos con el fin de hacer realidad nuestros ambiciosos objetivos.

Sabemos que para una sola organización puede ser difícil efectuar los cambios que se necesitan; por eso propiciamos el fortalecimiento de capacidades de diversos actores, con enfoque inclusivo, ya que la conservación y el mejoramiento de la calidad de vida para la humanidad solo es posible a través de los esfuerzos de múltiples actores: las comunidades locales y las corporaciones multinacionales, los gobiernos y las ONG, las instituciones financieras y los organismos de desarrollo, los consumidores y los investigadores.

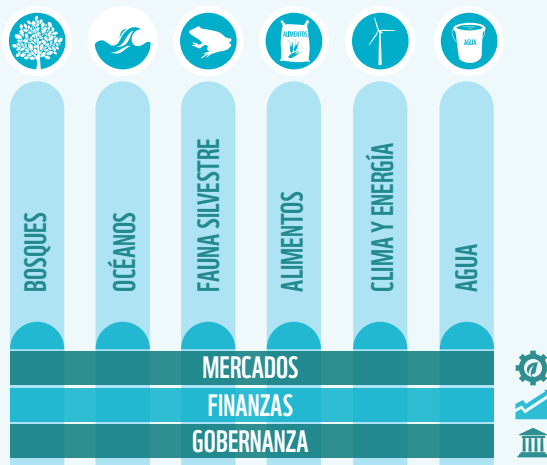
Nuestro impacto perjudicial sobre la naturaleza es alarmante, y el llamado a la acción para detenerlo es más urgente cada día. Por ello, en WWF estamos desarrollando nuevas maneras de trabajar juntos para hacer una diferencia a gran escala. Sabemos que debemos transformar la relación de la humanidad con el planeta, y creemos apasionadamente que juntos podemos lograrlo.

NUESTRA TEORÍA DE CAMBIO



¿CÓMO LO HACEMOS?

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



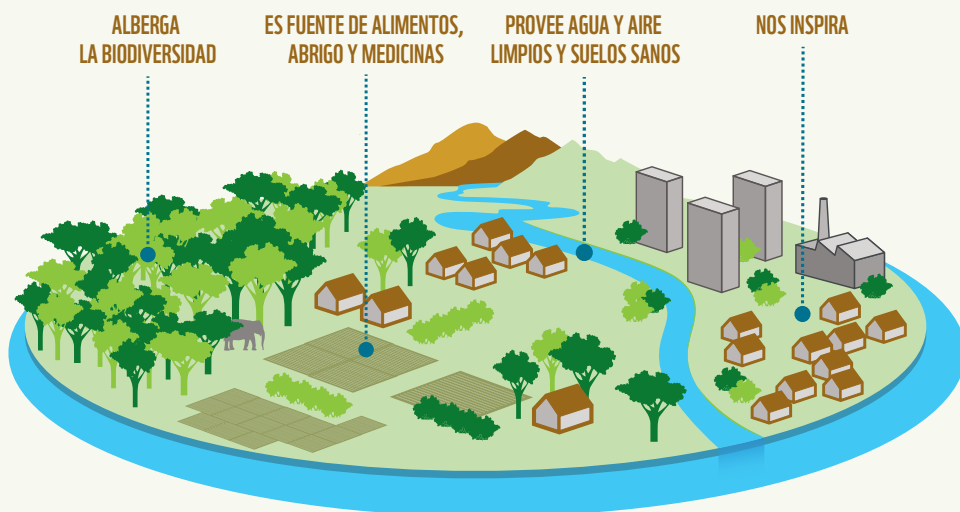
NUESTRO TRABAJO CON EL SECTOR EMPRESARIAL

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 “2020 Un nuevo acuerdo por la naturaleza y las personas”, por primera vez, la pérdida de biodiversidad se encuentra entre los 10 riesgos globales de mayor impacto que enfrentamos.

En este sentido, el reporte muestra los principales problemas que atacan la estabilidad del planeta y la forma de vida como la conocemos; asimismo, hace un breve retrato del estado actual de la biodiversidad mundial y destaca la importancia de generar sinergia entre los actores de la sociedad 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. Sin embargo, el cambio climático, la destrucción de la naturaleza, el consumo desmedido, así como las amenazas a la seguridad alimentaria, suponen riesgos a nuestro futuro colectivo.

IMPORTANCIA DE LA NATURALEZA PARA LAS PERSONAS



En 2019 fuimos testigos de cómo las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero (GEI) continuaron aumentando, la deforestación se aceleró y la contaminación plástica llegó a todos los rincones de nuestro planeta. Por ello, 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.

El 2020 es el punto de partida para ubicar a la naturaleza en el centro de la toma de decisiones. Es una oportunidad única para que el mundo se fije la meta de detener la pérdida de naturaleza a 2030, y revertir el impacto negativo que se ha generado. Además, es un momento trascendental para la valoración, restauración y una justa distribución de sus beneficios. Para decirlo de forma clara, es una oportunidad que no podemos perder; nuestra supervivencia futura depende de esto. Por eso, en WWF buscamos trabajar con aquellos que tienen el mayor potencial para contribuir a la reducción de las amenazas más apremiantes a la diversidad de la vida en la tierra y juntos encontrar soluciones a los desafíos de la conservación, para conducir de manera firme a las sociedades hacia un camino de desarrollo sostenible y equitativo.

Las empresas no solo impulsan gran parte de la economía mundial, sino que son actores importantes en la generación de acuerdos globales, políticas y regulación nacional, las cuales contribuyen a su cumplimiento. El sector privado se conecta con la naturaleza de dos formas, principalmente: a través de su dependencia de los servicios del ecosistema y del capital natural; y a través de sus impactos en la naturaleza (los efectos positivos o negativos de su actividad). Por esto consideramos que también tienen la 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, mejores prácticas, y la solidificación de cadenas de abastecimiento sostenibles.

EN 2019 FUIMOS
TESTIGOS DE CÓMO
LAS EMISIONES
MUNDIALES DE
GASES DE EFECTO
INVERNADERO
CONTINUARON
AUMENTANDO.

Al articularse con las empresas, WWF busca contribuir a que se generen cambios en el comportamiento a través de acciones concretas que disminuyan el riesgo del futuro colectivo y que permitan la obtención de resultados de conservación que de otra manera no serían posibles. Algunas de estas acciones son:

Promover una producción ambientalmente sostenible y abastecimiento responsable de materias primas.



Participar conjuntamente en políticas públicas de interés común (por ejemplo, política de producción y consumo sostenible).



Direccionar los flujos financieros para apoyar la conservación y el manejo sostenible de los ecosistemas.



Proteger algunos de los lugares del mundo más importantes a nivel ecológico.



Incentivar un cambio de combustibles fósiles a 100 % en energías renovables.



Apoyar la distribución equitativa de beneficios provenientes del uso de los recursos naturales.



Concienciar sobre la necesidad de consumir de forma más responsable.





© Archivo fotográfico WWF-Colombia

Esto lo hacemos de diversas maneras:



Apoyamos políticas, regulaciones y prácticas que previenen el desarrollo de actividades ilegales e insostenibles.



Impulsamos a las empresas a definir compromisos ambiciosos en el desarrollo de esquemas confiables de certificación; por ejemplo, Forest Stewardship Council (FSC), Marine Stewardship Council (MSC), Aquaculture Stewardship Council (ASC), Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) y Roundtable on Responsible Soy (RTRS), por medio de tres estrategias concretas de espacios naturales, como base del desarrollo, paisajes productivos sostenibles y consumo responsable, fortalecimiento de la gobernanza y 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 todas las personas, lo cual nos permite 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”, la campaña BIBO “Colombia, un país de alimentos”, así como “Juntos es Posible, la naturaleza es más que paisajes”, programa de promoción de cultura ambiental, posicionamiento y recaudación de fondos individuales.

LAS RELACIONES EMPRESARIALES DE WWF

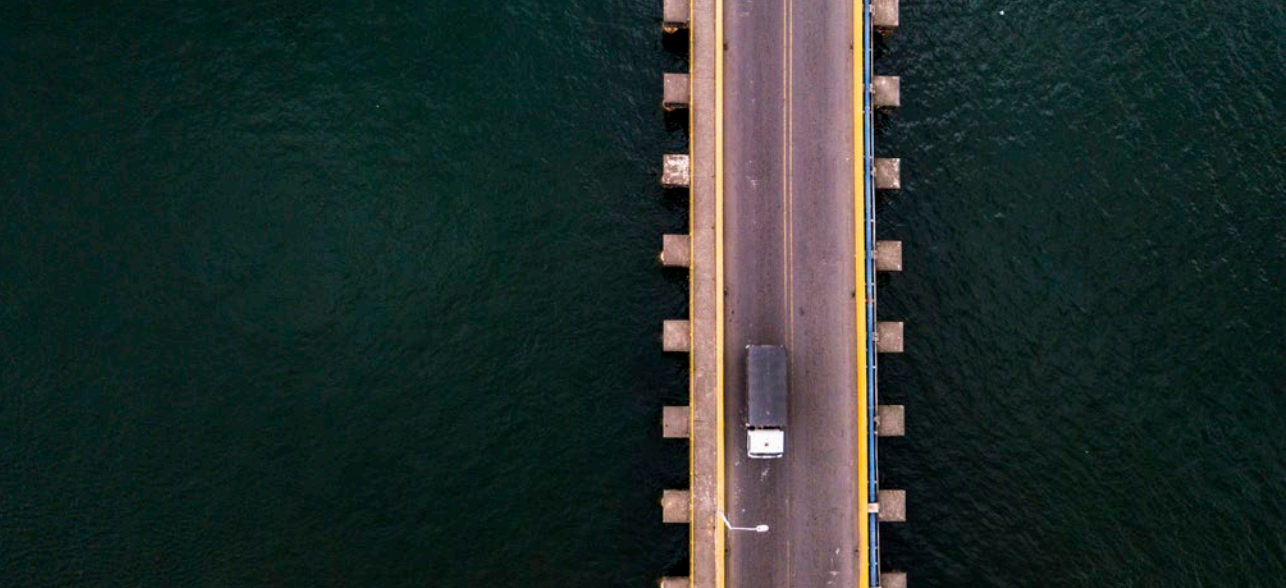
Este informe se enfoca en las alianzas que estableció WWF-Colombia entre julio de 2018 y junio de 2019. Nuestras colaboraciones con las empresas están basadas en un entendimiento común de temas afines para ambas partes, acciones compartidas y la voluntad de mostrar al público lo que hacemos en pro de la preservación de nuestros recursos naturales.

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

- 1 **Promoción de prácticas empresariales sostenibles.**
- 2 **Actividades de comunicación, concienciación y mercadeo con causa.**
- 3 **Relaciones filantrópicas.**







© Giovanni Pulido

1 PROMOCIÓN DE PRÁCTICAS EMPRESARIALES SOSTENIBLES

Este eje busca influir en industrias y organizaciones estratégicas, con el fin de mejorar sus prácticas, incorporar criterios de sostenibilidad, 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 agua, bosques, océanos, alimentos (cadenas de abastecimiento sostenibles), cambio climático y energía.

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), con la cual define la custodia del agua para los negocios como un compromiso hacia el 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 relacionados con el recurso, pero va más allá para poder influenciar la gobernanza del recurso en las cuencas de interés.



© Meridith Kohut / WWF-US

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

- 1 Promover la conciencia sobre el agua e integrar el buen manejo del agua a la razón de ser de la organización.
- 2 Conocer los riesgos e impactos de la organización y los ecosistemas.
- 3 Llevar a cabo acciones internas para reducir impactos y riesgos individualmente.
- 4 Establecer un compromiso de las partes interesadas o acción colectiva y colaborar para buscar el beneficio común.
- 5 Influir 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.

En el año fiscal 2019, en Colombia nos enfocamos en consolidar procesos de **gobernanza para la conservación y uso sostenible de los ríos Frío y Sevilla**, en el departamento del Magdalena, como parte de nuestras estrategias de Custodia del Agua.

En Antioquia finalizamos la iniciativa de **Custodia de Agua en las cuencas de los ríos Negro y Nare**, un proceso que emprendimos desde 2016 en conjunto con Isagen, 60 organizaciones comunitarias y 34 entidades públicas y privadas de la región, con el fin de buscar alternativas para la conservación y la sostenibilidad de estas cuencas en el oriente antioqueño.

Cadenas de abastecimiento

En el marco de las prácticas globales de alimentos y mercados de la red, WWF-Colombia trabaja con las empresas para:



Reducir los impactos en su cadena de abastecimiento, en relación con la elaboración de productos.



Incentivar la demanda de aquellos más sostenibles.



Posibilitar que el cliente final tenga un consumo y posconsumo responsable, todo esto con el fin de disminuir las pérdidas y los desperdicios.



© Rodrigo Gaviria Obregón

Nos hemos enfocado en las compañías más grandes que compran y producen:



Bienes agrícolas:
palma de aceite, algodón,
carne y leche.



**Pesca
marina:**
atún.



Acuicultura:
producción de
camarones y
salmón.



**Productos
forestales:**
madera y papel.

Nuestra relación con empresas forestales incluye la participación en diversos programas, como:

Red Global de Comercio Forestal (Global Forest & Trade Network) [GFTN, por sus siglas en inglés]: Iniciativa para eliminar la tala ilegal de árboles y transformar así el mercado global de madera, de tal forma que sea posible preservar los bosques más valiosos y amenazados. Busca que los principios de manejo forestal responsable se conviertan en una práctica estándar en toda la industria relacionada con productos forestales, al proveer asistencia técnica, alianzas y oportunidades de comercio con empresas comprometidas. De ahí que WWF considere que la certificación forestal independiente es una herramienta clave en el proceso.

Tropical Forest Alliance [TFA, por sus siglas en inglés]: Acuerdo público-privado que busca unir esfuerzos para detener la pérdida de bosque y promover acuerdos de cero deforestación en diversos sectores de la industria, cuya secretaría técnica está bajo la responsabilidad de WWF hasta el próximo año.

Plataforma Plantaciones de Nueva Generación (New Generations Plantations [NGP, por sus siglas en inglés]).

En el año fiscal 2019, en Colombia trabajamos principalmente en:

- Participación del Gobierno de Colombia en Tropical Forest Alliance (TFA) 2020, de la que forma parte WWF a nivel mundial y regional. Promoción del Capítulo de Colombia del 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 motores de la deforestación y la degradación de los bosques en Colombia.
- Firma de **tres acuerdos para reducir la deforestación** en la producción de carne, leche y cacao, entre los actores claves de la cadena de suministro.
- Definición de su meta de alimentos a 2025: Lograr el manejo de una agricultura climáticamente inteligente en las zonas del Amazonas y el Orinoco, al reducir la conversión de los ecosistemas, promover la conservación de los bosques, las fuentes de agua fresca y la biodiversidad, y suplir las necesidades de las comunidades locales.

Propósitos de esta meta:



Manejo sostenible de la agricultura y la acuicultura.



Disminución de pérdidas y desperdicios de alimentos a la mitad en toda la cadena.



Transformación del mercado hacia decisiones sostenibles por parte de los consumidores.

Cambio climático

El sector privado es un actor clave para alcanzar el objetivo climático mundial: limitar el incremento de la temperatura en 1,5 °C para finales de siglo. Cien empresas son responsables del 71 % de las emisiones globales de GEI desde 1988, de acuerdo con el informe The Carbon Majors Database (Carbon Disclosure Project, 2017).

En WWF trabajamos con diferentes tipos de empresas en su transición hacia un futuro bajo en carbono.

Objetivo: 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.



Gestión sostenible del uso del suelo.

**EN WWF
TRABAJAMOS
CON DIFERENTES
TIPOS DE
EMPRESAS EN SU
TRANSICIÓN HACIA
UN FUTURO BAJO
EN CARBONO.**

WWF-Colombia, de la mano del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, la Cancillería, el Congreso de la República y The International Conservation Caucus Foundation (ICCF), logramos en tiempo récord que el Congreso Nacional aprobara la ley que ratifica la Enmienda de Kigali, la cual permitirá al país liderar una transición hacia tecnologías de vanguardia con mayor eficiencia energética y sustancias más amigables con el medio ambiente, que se traducirá en ventajas competitivas en el mercado global. Además, la industria nacional tendrá oportunidad de solicitar recursos al Fondo Multilateral del Protocolo de Montreal, para llevar a cabo sus procesos de reconversión a nuevas tecnologías.

También apoyamos el proceso de ratificación del Convenio Minamata que incluye al país en el tratado internacional para regular las emisiones y liberaciones de mercurio en el mundo, así como enfrentar sus amenazas.

Práctica de finanzas

Objetivo: Incidir en la integración de riesgos ambientales dentro de las instituciones financieras, la creación de mecanismos y productos financieros capaces de abarcar nuevas oportunidades enfocadas en desarrollo sostenible, y utilizar al sector financiero como vehículo para la transición a prácticas más sostenibles en el sector privado.

La aproximación al sector financiero se realiza a partir de tres pilares:



Incidencia en instituciones financieras para la integración de riesgos ambientales.



Fomento de la inversión en desarrollo sostenible.



Movilización de recursos a través de la creación de mecanismos financieros innovadores.

Para la consecución de los objetivos de la práctica, son necesarias las siguientes intervenciones:



Incidir en regulación y esquemas de mercados financieros sostenibles.



Divulgar información y desarrollo de nuevas herramientas para la toma de decisiones al interior de las instituciones.



Fortalecer y mejorar políticas y estándares ambientales.

2 ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN, CONCIENCIACIÓN Y MERCADEO CON CAUSA

EL OBJETIVO DE LAS COMUNICACIONES DE WWF-COLOMBIA ES INSPIRAR, CONECTAR Y MOVILIZAR A EMPRESAS, GOBIERNOS Y MILLONES DE PERSONAS.

El objetivo 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 se enfocan en 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 eje incluye acciones para motivar a los consumidores a que compren productos sostenibles, como madera certificada FSC, así como a que consuman de una forma más consciente a través de campañas como “Ahorra 1/3” y BIBO 2019 “Tú accionas, el planeta reacciona”, 15 artículos en el periódico que cuentan nuestro vínculo con la naturaleza a través de seis servicios ecosistémicos. 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.

Por otra parte, para 2020, con el fin de soportar el **Nuevo Acuerdo para la Naturaleza y las Personas** (New Deal for People and Nature [ND4NP]), el cual tiene como objetivo aumentar la relevancia de la naturaleza y la conexión entre el clima y la agenda de biodiversidad, con miras a proteger y restaurar la naturaleza para 2030, en beneficio de las personas y el planeta. En apoyo a los ODS, 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 un 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, actividades y una plataforma digital de formación, la cual consta de seis módulos temáticos. Al finalizar la plataforma, las personas obtienen un reconocimiento por parte de WWF como agentes de cambio.

A través de esta iniciativa contribuimos directa e indirectamente al cumplimiento de los ODS 2030 país. Desde su inicio se han vinculado 15 empresas como canal de comunicación para llevar el mensaje a sus colaboradores.

Mercadeo con causa

El relacionamiento empresarial basado en esta estrategia busca la firma de acuerdos que tienen como objetivos:



Aplicar el mensaje de conservación de WWF.



Promover un estilo de vida más sostenible.



Canalizar el apoyo, la colaboración, la donación y el aporte de marcas, personas y empresas responsables, hacia la misión de WWF.

Tipos de acuerdos que suelen manejarse:



Redondeo de vueltas.



Donación por compra.



Donación por acción del consumidor, entre otros.

En Colombia, durante este año fiscal, no se realizaron alianzas bajo este enfoque.



© Archivo fotográfico WWF-Colombia

3 RELACIONES FILANTRÓPICAS

Este eje se basa en programas específicos con compañías para financiar proyectos de conservación y las instituciones que los lideran. Las relaciones filantrópicas son un apalancamiento de la empresa privada a través de aportes voluntarios orientados al desarrollo de las prioridades de conservación de WWF.

En WWF trabajamos con las empresas para alcanzar nuestros objetivos de conservación. Por ello, nos aliamos con empresas que están tomando acciones significativas para mejorar su desempeño ambiental, siendo muchas veces referentes y transformadores de su sector económico, o con organizaciones en las que su actividad/sector no genera impactos ambientales relevantes.

**LAS RELACIONES
FILANTRÓPICAS
SON UN
APALANCAMIENTO
DE LA EMPRESA
PRIVADA A TRAVÉS
DE APORTES
VOLUNTARIOS.**

Somos conscientes de que las alianzas entre las ONG y las empresas requieren un diálogo constructivo mientras se retan mutuamente en aspectos de relevancia, por lo que 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.

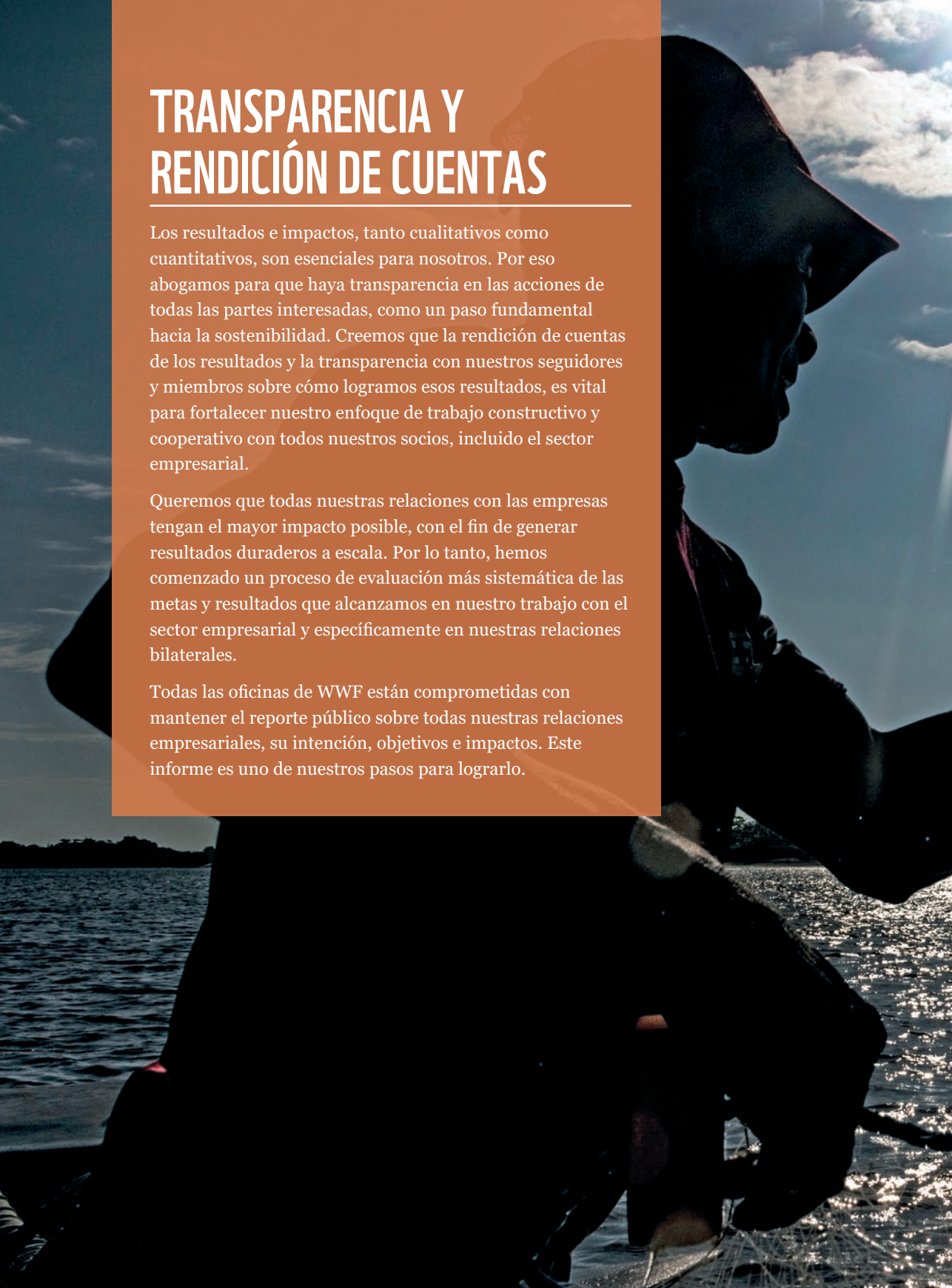
Es importante destacar que algunas de las relaciones con compañías pueden tener una combinación de los tres ejes mencionados.

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 interesadas, como un paso fundamental hacia la sostenibilidad. Creemos que la rendición de cuentas de los resultados y la transparencia con nuestros seguidores y miembros sobre cómo logramos esos resultados, es vital para fortalecer nuestro enfoque de trabajo constructivo y cooperativo con todos nuestros socios, incluido el sector empresarial.

Queremos que todas nuestras relaciones con las empresas tengan el mayor impacto posible, con el fin 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 mantener el reporte público sobre todas nuestras relaciones empresariales, su intención, objetivos e impactos. Este informe es uno de nuestros pasos para lograrlo.





COMPAÑÍAS CON LAS QUE WWF HA REALIZADO ALIANZAS

ISAGEN



Tipo de relación: Prácticas empresariales sostenibles



Enfoque de conservación: agua



Rango presupuestal para FY 19: 25.000 € - 100.000 €



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

Desde 2013, hemos venido trabajando de manera conjunta con Isagen por la conservación y el manejo sostenible del agua en los territorios donde Isagen tiene establecida su actividad de generación hidroeléctrica.

Objetivo específico: Contribuir al cumplimiento de los ODS 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; asimismo, promover mayores eficiencias en el sector hidroeléctrico en Colombia.

**DESDE 2013,
HEMOS VENIDO
TRABAJANDO DE
MANERA CONJUNTA
CON ISAGEN POR
LA CONSERVACIÓN
Y EL MANEJO
SOSTENIBLE DEL
AGUA.**




En 2019 finalizamos la iniciativa de **Agua en las cuencas de los ríos Negro y Nare** que pertenecen a la subzona hidrográfica del río Nare, la subregión del oriente antioqueño. La cuenca del río Nare fue definida para la implementación del componente de acción colectiva, debido a su importancia en términos de potencial hidroeléctrico, al tener el sistema de generación más grande del país, y en términos 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:



© Day's Edge Productions

- 🔥 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 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.

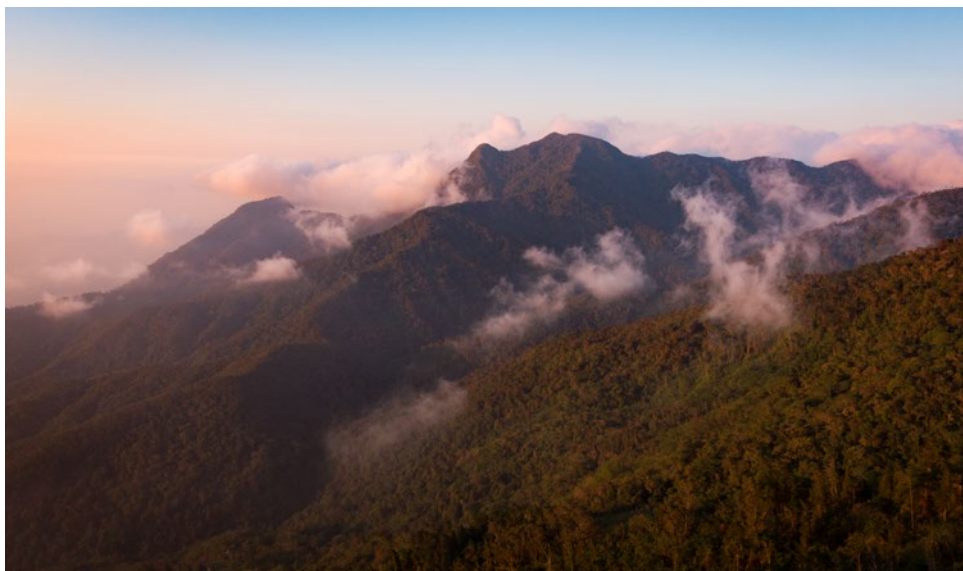
Estos componentes se desarrollaron desde WWF en asocio con Isagen y el apoyo técnico de la Escuela de Ingeniería de Antioquia, en la facilitación y coordinación local del Proceso Estratégico Regional (PER) a través de la Corporación de Estudios, Educación e Investigación Ambiental (CEAM; organización ambiental de la región) y con la participación de 34 instituciones del sector público locales, regionales y nacionales, 8 empresas del sector privado y 60 organizaciones de la sociedad civil, las cuales se unieron con el propósito de pensar en alternativas que permitieran darle un mejor uso al agua en la región. Así se logró la firma de 13 acuerdos sobre conservación del patrimonio natural, participación ciudadana, desarrollo rural, agua potable y saneamiento básico, entre otros.

-  **Tipo de relación:** Prácticas empresariales sostenibles
-  **Enfoque de conservación:** agua y bosques
-  **Rango presupuestal para FY 19:** 25.000 € - 100.000 €

DURANTE 2019, DE LA MANO DE ISAGEN ADELANTAMOS UN TRABAJO EN ÁREAS PROTEGIDAS EN LA ZONA ANDINA COMO MECANISMO DE COMPENSACIÓN VOLUNTARIA.

Durante 2019, de la mano de Isagen adelantamos un trabajo en áreas protegidas en la zona Andina como mecanismo de compensación voluntaria. El proyecto tenía como finalidad hacer un fortalecimiento en gobernanza para la conservación e incidencia en el ordenamiento ambiental del territorio Andino, con énfasis en las cuencas de los ríos Sogamoso (PNN Serranía de los Yariguíes), La Miel (PNN Selva de Florencia) y Amoyá (PNN Las Hermosas Gloria Valencia de Castaño).

El principal resultado a la fecha es la definición de trabajo de “enfoque andino”, para las direcciones territoriales de PNN que participan de la implementación del proyecto. Se ha trabajado con este enfoque que incluye una visión del ordenamiento del territorio a escala de paisaje y permite, desde diferentes formas y escalas, la conservación de áreas protegidas públicas nacionales, regionales, locales, corredores que permitan generar conectividad y otras medidas de conservación.



© Day's Edge Productions

BANCO AGRARIO



Empresa: Banco Agrario de Colombia



Tipo de relación: Marco de cooperación



Enfoque: Prácticas empresariales sostenibles



Rango presupuestal: 5.000 € - 25.000 €

Objetivo: Realizar el diagnóstico de la política de riesgos ambientales y sociales enfocada en las características de la cartera del banco (exposición y relevancia de riesgos ambientales y sociales). La fase de diagnóstico permitirá la identificación de beneficios e impactos de la inclusión del Sistema de Administración de Riesgos Ambientales y Sociales (SARAS) en los procedimientos y procesos del banco.

EL ESPECTADOR



Tipo de relación: Alianza (*In Kind Support / No Income*)



Enfoque de conservación: Comunicaciones para el consumo responsable y mercadeo con causa.



Rango presupuestal para FY 19: 2.000.000 € - 3.000.000 €



URL de la alianza: <http://bibo.elespectador.com/fasciculos-2019/>

Descripción de la alianza

(participantes, trabajo realizado, zonas y resultados):

En 2018, la estrategia de sensibilización y educación ambiental BIBO cumplió 8 años al aire. Esa 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 50 contenidos editoriales en el periódico y 8 fascículos coleccionables (960.000 ejemplares). Cada fascículo llegó a más de tres millones de personas. Adicionalmente, hubo presencia en radio, prensa y televisión.

En 2019, la estrategia de sensibilización y educación ambiental BIBO cumplió 9 años al aire. Esa edición se centró en “Bienestar humano y biodiversidad”, mostrando por qué la naturaleza es nuestro soporte vital y de ella depende nuestro bienestar. Se publicaron 52 contenidos editoriales en el periódico, 8 fascículos coleccionables (960.000 ejemplares) sobre la forma en la que producimos nuestros alimentos,

su impacto sobre el planeta y lo que pueden hacer los consumidores para reducirlos. Cada fascículo llegó a más de tres millones de personas. Adicionalmente, hubo presencia en radio, prensa y televisión (180 cuñas radiales y 334 *spots* en televisión). Usuarios en la página de BIBO: 6.953.

El Premio BIBO, el Encuentro Nacional por el Agua y la Revista por el Agua que habla sobre la importancia de las cuencas hidrográficas en Colombia, también formaron parte de la campaña.

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 personas.

01
COLOMBIA, UN PAÍS DE FRUTAS

¿Qué tantas frutas estás consumiendo?

Conoce lo recomendado para tu salud

Pág. 3

Los impactos de tu comida

que probablemente desconoces

Pág. 4

Convertirte en un consumidor responsable

es más fácil de lo que parece

Pág. 7


Dirección técnica


Aliado


UNIÓN EUROPEA

Apoyan

PUBLIK

 **Tipo de relación:** Donación en especie
(*In Kind Support / No Income*)

 **Rango presupuestal para FY 19:** 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 sobre las campañas que adelantamos en el país. 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 en especie (*In Kind Support / No Income*)

 **Rango presupuestal para FY 19:** 25.000 € - 100.000 €

 **URL de la alianza:** <https://www.google.com/grants/>

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

TALENTP

Tipo de relación: Donación en especie
(*In Kind Support / No Income*)

Monto donado: 25.000 € - 100.000 €

URL: www.talentp.com

Descripción de la alianza (participantes, trabajo realizado y resultados):

TalentP es una empresa de búsqueda de ejecutivos (cazatalentos), la cual nos apoyó entre febrero y marzo de 2019 en el proceso de selección del gerente financiero para la organización, a través de un servicio probono.

PROGRAMA JUNTOS ES POSIBLE

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

Es un programa de promoción de cultura ambiental que busca dar a conocer la riqueza natural de Colombia y su importancia para los colombianos, así como educar en consumo responsable a los diversos públicos de las organizaciones del país, a través de sus canales de comunicación. La duración es de dos años: el primero basado en educación a través de una plataforma de educación digital, donde las personas obtienen un reconocimiento como agentes de cambio por parte de WWF; y el segundo enfocado en sensibilizar.

La plataforma de aprendizaje consta de 6 módulos temáticos que promueven una cultura ambiental al interior de la organización. Cada módulo tiene una duración aproximada de 15 minutos; durante este tiempo los usuarios conocen las amenazas que enfrenta nuestro futuro colectivo, así como acciones puntuales para contribuir al cuidado del planeta.

Con esta iniciativa cooperamos con el cumplimiento de los 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 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”.

**ES UN PROGRAMA
DE PROMOCIÓN
DE CULTURA
AMBIENTAL QUE
BUSCA DAR A
CONOCER LA
RIQUEZA NATURAL
DE COLOMBIA.**



Al difundir esta información, buscamos sensibilizar a los colaboradores de las empresas sobre la importancia de ser ciudadanos conscientes que desempeñan 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 ODS, aportando con esto al cumplimiento del ODS 17 **metas 17.6 y 17.7**.

Compañías vinculadas al programa Juntos es Posible WWF-Colombia:

- EPM
- Isagen
- Asociación de Egresados de la Universidad de los Andes
- Grupo Coomeva
- Colsubsidio
- Bancolombia
- Team Foods
- Avianca
- Seguros Bolívar
- Grupo Argos (Celsia, Sator, Tekia, Fundación Argos y Summa)
- Casa Luker
- Bavaria
- Banco ProCredit
- Belcorp
- BanCompartir

A man wearing a light-colored t-shirt and a wide-brimmed hat is rowing a small boat on a river. The scene is framed by the dark, silhouetted branches of a tree in the foreground. The water is calm with gentle ripples, and the sky is a clear, pale blue. The overall mood is peaceful and natural.

Compañías con las que WWF-Colombia tiene alianzas en un presupuesto anual inferior a 25K €:

- Semana Sostenible
- JCDecaux
- Jaime Duque
- Háblame Colombia
- El Colombiano
- Telemedellín



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 2018

1961

WWF fue fundada en 1961.

+100

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



+25 M

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

+6 M

WWF tiene más de 6 millones
de miembros.



¿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

© 1986, WWF – World Wide Fund for Nature (también conocido como World Wildlife Fund)
© WWF y "living planet" son Marcas Registradas.
WWF-Colombia • Oficina Cali: Carrera 35 No. 4A-25 - Tel: +57 (2) 5582577
Oficina Bogotá: Carrera 10 A No. 69A-44 - Tel: +57 (1) 4431550
Oficina Mocoa: Calle 16 No. 7A-36, barrio Jardín - Tel: +57 (8) 4206467