



WWF *for a living planet*®

Papel del sector privado: ¿Cómo y por qué incrementar su participación en esquemas de Pago por Servicios Ambientales?

**Taller “Tendencias en la Implementación de
Pagos por Servicios Ambientales en las Américas”**

**Juan Carlos Espinosa
WWF Colombia
Sao Paulo, junio 4 de 2008**





Contenido

1. Sobre WWF y el sector privado
2. Vínculo entre el sector privado y los servicios ambientales
3. Casos de estudio





Sobre WWF

Misión

Detener la degradación del ambiente natural del planeta y construir un futuro en el cual los humanos convivan en armonía con la Naturaleza

- Conservando la diversidad biológica del mundo,
- Asegurando que el uso de los recursos naturales renovables sea sostenible, y
- Promoviendo la reducción de la contaminación y del consumo desmedido.





Dos Puntos de Vista Complementarios acerca de la Problemática Ambiental Global

Enfoque de Huella Ecológica:

Analiza los patrones de consumo de individuos, regiones y países y la carga que ellos imponen sobre la naturaleza

Enfoque de Servicios Ecosistémicos:

Analiza los flujos de servicios proveídos por la naturaleza y el grado en que éstos han sido comprometidos por el uso, abuso o negligencia de nuestra sociedad

Fig. 19: HUELLA ECOLÓGICA POR COMPONENTE, 1961–2003

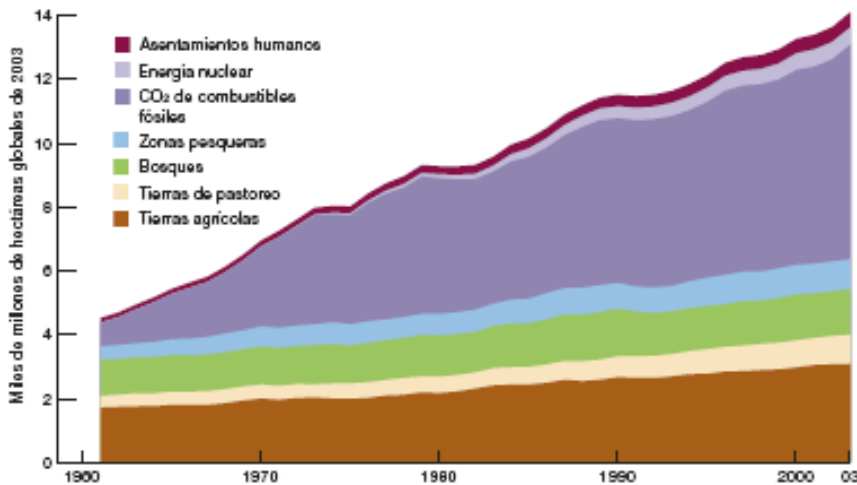
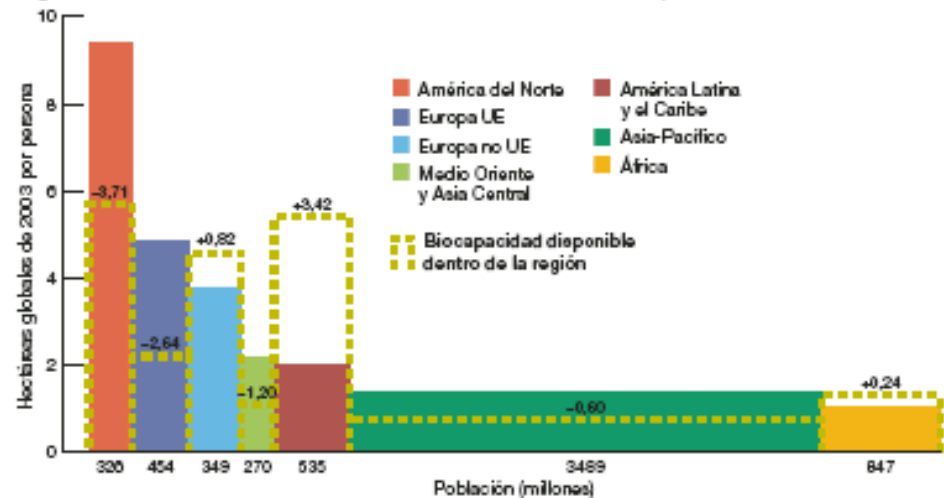


Fig. 20: HUELLA ECOLÓGICA Y BIOCAPACIDAD POR REGIÓN, 2003



Fuente: WWF (2006), Informe Planeta Vivo



Dos Componentes Claves de la Estrategia de Conservación de WWF

- Incrementar la provisión de servicios ambientales (reducir su deterioro)
- Reducir la huella ecológica

Rol clave del sector privado

- Huella ecológica significativa (demanda de bienes y servicios ambientales; generación de contaminación)
- Capacidad de innovación tecnológica y desarrollo de nuevos estándares ambientales
- Relación directa con los consumidores; capacidad de transformación de los mercados
- Filantropía para la conservación; responsabilidad social corporativa





Algunas estrategias para reducir la huella ecológica

- Ecoeficiencia
- Reuso, reciclar
- Energías renovables
- Productos orgánicos
- Estilos de vida y patrones de consumo que reducen el consumo desmedido y la polución
- Internalización de externalidades negativas: principio de “el que contamina paga”

Agenda principalmente urbana





Algunas estrategias para incrementar la provisión de servicios ambientales

- Conservar muestras significativas de ecosistemas del mundo (áreas protegidas)
- Proteger la capacidad regenerativa de la naturaleza (e.g. detener la sobre pesca)
- Garantizar los flujos ecológicos (e.g. en los sistemas acuáticos)
- **Internalizar las externalidades positivas (esquemas de pago por servicios ambientales)**

Agenda principalmente rural





Estableciendo el vínculo entre el sector privado y los servicios ambientales

- Agenda ambiental del sector privado ha sido tradicionalmente más “urbana” que rural
 - Control de la contaminación
 - Ecoeficiencia; energías renovables
- ¿Cómo acercar el sector privado a la agenda rural? – “link” entre el negocio y los servicios ambientales
 - Dependencia directa para el negocio
 - El negocio es usuario directo del servicio ambiental (caso agua)
 - Requerimiento de ley
 - Obligación a pagar por el servicio ambiental (caso mercado del carbono)
 - Valor agregado para el consumidor
 - Vínculo indirecto para la empresa
 - Enfoque de ciclo de vida
- Cinco tipos de modelo de negocio





Modelo de Negocio 1: Productos y Servicios con Valor Agregado

- Compra y venta de productos y servicios con un servicio ecosistémico inherente a ellos
- Producidos de manera que se asegura el mantenimiento o aumento del flujo de servicios ecosistémicos
 - Ecoturismo
 - Alimentos orgánicos o de sombrero
 - Productos agrícolas o pecuarios bajo esquemas agroforestales, silvopastoriles, o cuyo diseño incorpora elementos “de paisaje”
 - Madera certificada
- El comprador paga por el valor del producto y además por el valor agregado del servicio ecosistémico





Modelo de Negocio 2: Reducción de Costos

- Compra y venta de servicios ecosistémicos que reducen los costos de producción y/o operación
 - Menores costos de tratamiento de agua mediante conservación de cuencas hidrográficas
 - Menores costos de alimentos producidos con menos agroquímicos
 - Mayor vida útil de represas e infraestructura vial y energética al disminuir la erosión
- Principalmente enfocado a sectores primarios, extractivos y de energía





Modelo de Negocio 3: Cumplimiento de la Regulación Ambiental

- Compra y venta de servicios ecosistémicos que facilitan el cumplimiento de regulaciones ambientales
 - De “tope y trueque” para emisiones de GEI – mercado de carbono
 - Reforestación, aforestación, deforestación evitada
 - Compensaciones
 - Humedales
 - “Biodiversity off-sets”
- Enfocado a grandes industrias y/o megaproyectos con impactos ambientales no mitigables, y a compañías que busquen reducir su “huella de carbono”





Modelo de Negocio 4: Mercados Voluntarios

- ¿Habrá compañías interesadas en comprar servicios ambientales aún cuando estos no les incrementen sus ganancias, no les reduzcan sus costos, ni estén obligadas por ley a hacerlo?
 - Posicionamiento ante futuras regulaciones (mercado carbono USA)
 - Responsabilidad social corporativa – RSC
 - Liderazgo en el sector
- Mercado voluntario de carbono – ya está sucediendo
- Potencial asociado con esquemas de responsabilidad social corporativa aún por explorar





Modelo de Negocio 5: Negocios con Entidades Públicas

- Gobiernos deberán garantizar la provisión de servicios ecosistémicos, de la misma manera que buscan la provisión de servicios de salud, educación, agua, energía
 - Una manera de hacerlo será mediante esquemas de PSA
 - Licenciamiento ambiental – compensaciones
 - Planes de ordenamiento y manejo de cuencas
 - Certificación de productos agrícolas
- Podrían tener un impacto aún mayor si adoptaran esquemas de compra responsable
 - Se generaría una ventana de oportunidad para proveedores de productos con valor agregado (modelo de negocio 1)





Caso Bavaria

- Cervecera más importante de Colombia
- Filial de la multinacional SAB Miller
- 8 plantas de producción en Colombia
- SAB Miller Position Paper on Water
 - Ecoeficiencia en las plantas productoras/embotelladoras
 - Mapeo de cuencas con enfoque presente y futuro
 - Necesidades locales de agua vs. necesidades del negocio
 - Cadena de proveedores – reducción de la “huella de agua”
 - Cultivadores de cebada
- Trabajo conjunto Bavaria-WWF Colombia 2008
 - “Business case” para la conservación de cuencas en Colombia



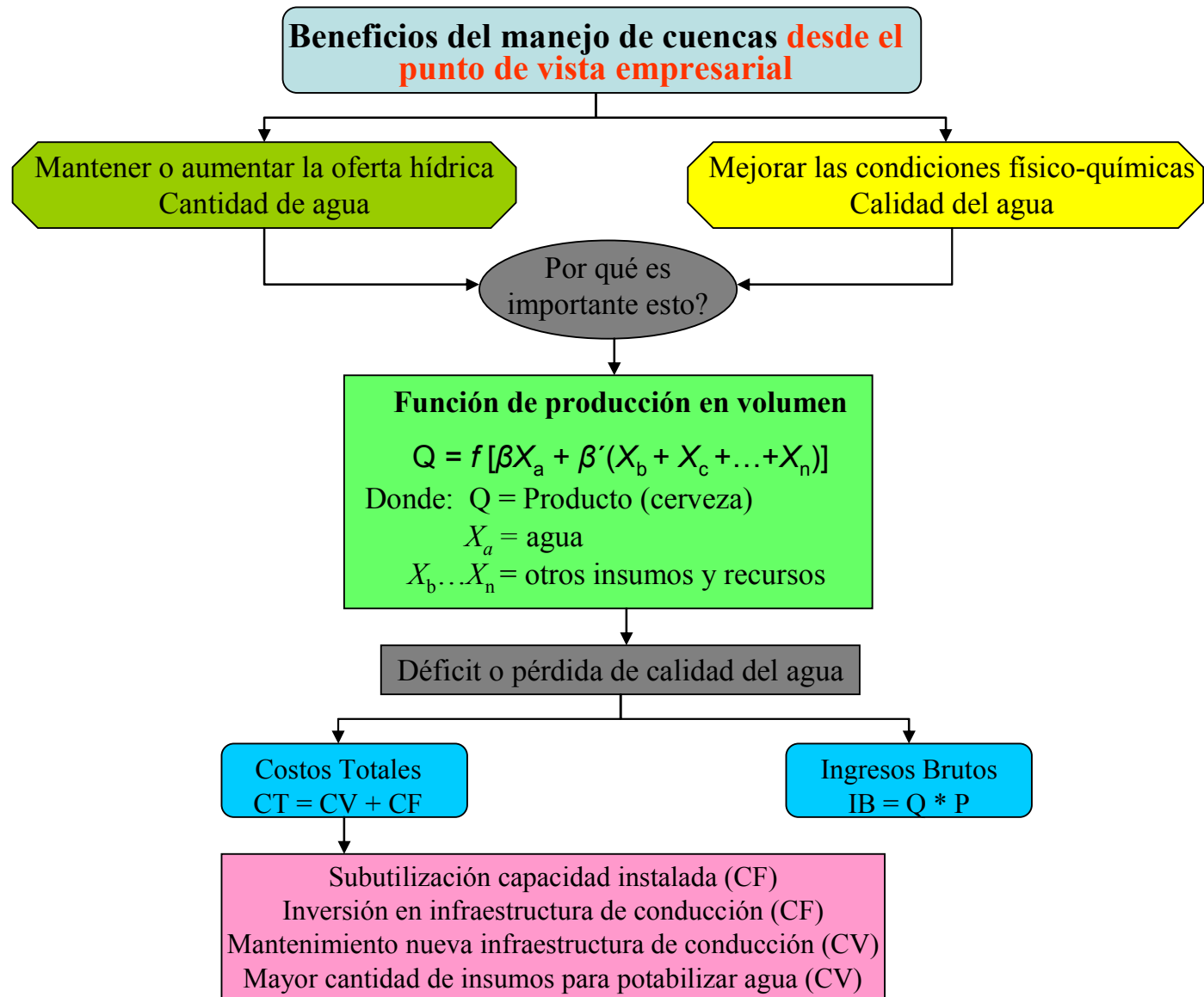


Caso Bavaria – Sab Miller

Insumo	Efluente	Bien ambiental
Ecoeficiencia	Tratamiento de aguas residuales	Manejo de cuencas ?
<p data-bbox="348 703 726 813">Programas de ahorro y uso eficiente</p> <p data-bbox="359 878 737 1273"> <ul style="list-style-type: none"> • Optimizar prácticas de aseo • Reutilizar aguas no contaminadas • Mejorar prácticas de manufactura • Eliminar pérdidas </p> <p data-bbox="373 1240 516 1263">Fuente: Bavaria</p>	<p data-bbox="873 703 1251 813">Programa para control de vertimientos</p> <p data-bbox="873 878 1251 1149"> <ul style="list-style-type: none"> • Depurar efluentes cumpliendo normas nacionales e internacionales </p> <p data-bbox="888 1114 1031 1136">Fuente: Bavaria</p>	<p data-bbox="1451 703 1829 857">Proyectos directos o indirectos de conservación</p> <p data-bbox="1545 1013 1759 1149" style="text-align: center; font-size: 2em;">?</p>
<p data-bbox="499 1333 1058 1373">DEMANDA EMPRESARIAL</p> <p data-bbox="405 1393 1152 1433">Reduce gastos (costos) – evita pagos (sanciones)</p>		<p data-bbox="1381 1333 1787 1373">OFERTA NATURAL</p>



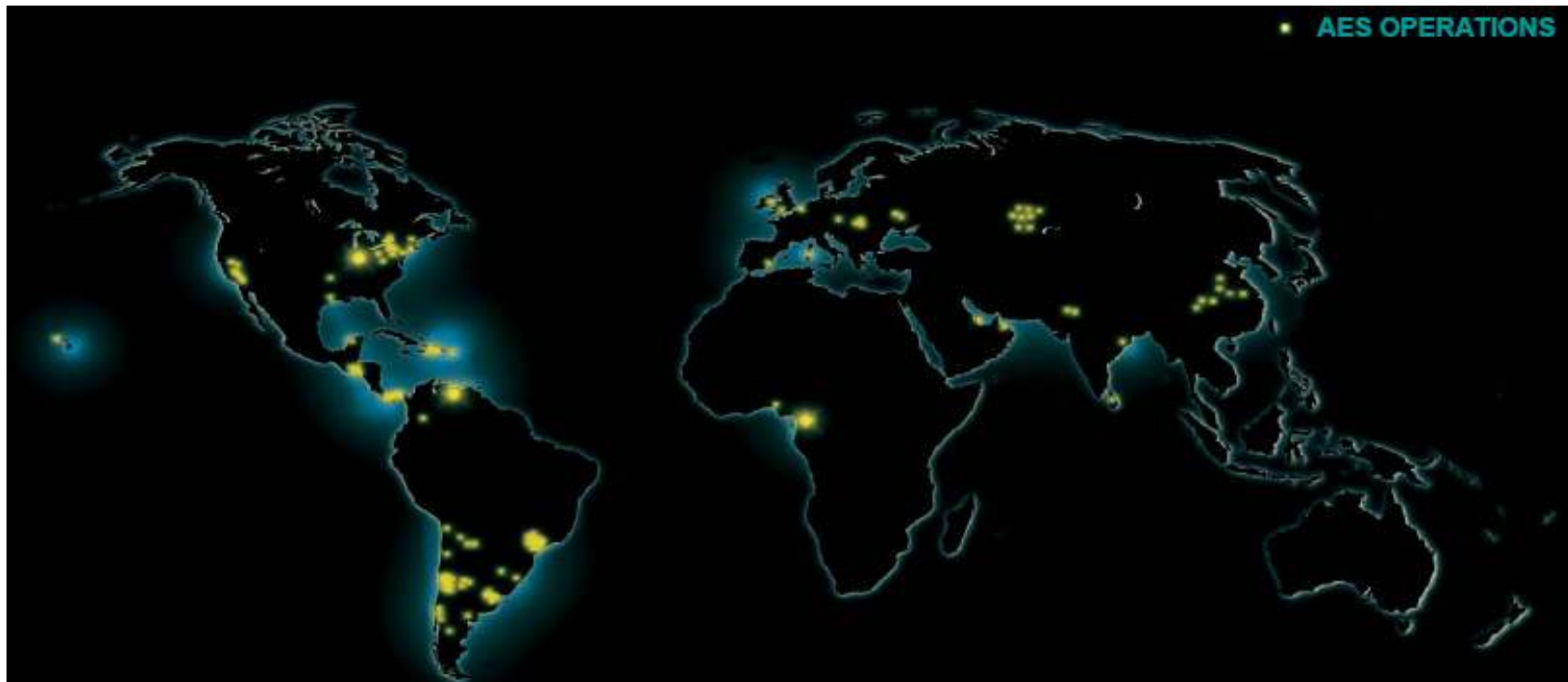
Caso Bavaria





Caso AES

- AES: una de las compañías de generación y distribución de energía más grandes del mundo
- 123 plantas sirviendo a más de 100 millones de personas en 26 países

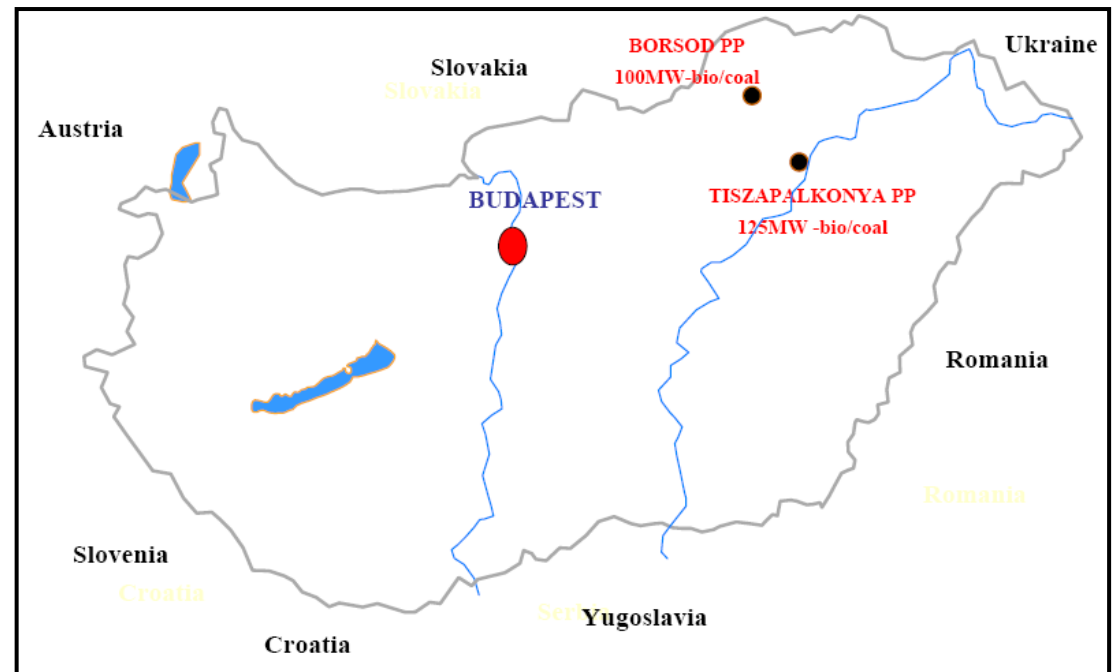




Caso AES

Planta de Borsod en Hungría

- Construida en los años 50 para la generación de energía a partir de carbón local de baja calidad y altos contenidos de azufre
- Contrato de operación a finalizar en 2003
- Barreras ambientales para obtener nuevo contrato
- Proyecto de Implementación Conjunta con gobierno holandés en 2002
 - Modificación de calderas para utilización de biomasa (chips de madera, residuos agrícolas)
 - Créditos de carbono





Caso AES Materias Primas y Proveedores

- Contratos a 10 años con 4 empresas forestales locales
- Residuos de aserraderos locales
- 2005 – Alianza con WWF para desarrollar conjuntamente criterios ambientales para nuevas fuentes y proveedores de energía
 - Plantaciones forestales
 - Cultivos energéticos - pastos

- Valor agregado para la producción agrícola local asociado con servicios ambientales





Caso Coca-Cola

¿Por qué trabajar con Coca-Cola?



**#1 en consumo
de aluminio**



**#1 en consumo
de azúcar**



**#3 en consumo
de cítricos**



**#5 en consumo
de café**



**#2 en consumo
de vidrio**



¿Por qué trabajar con Coca-Cola?



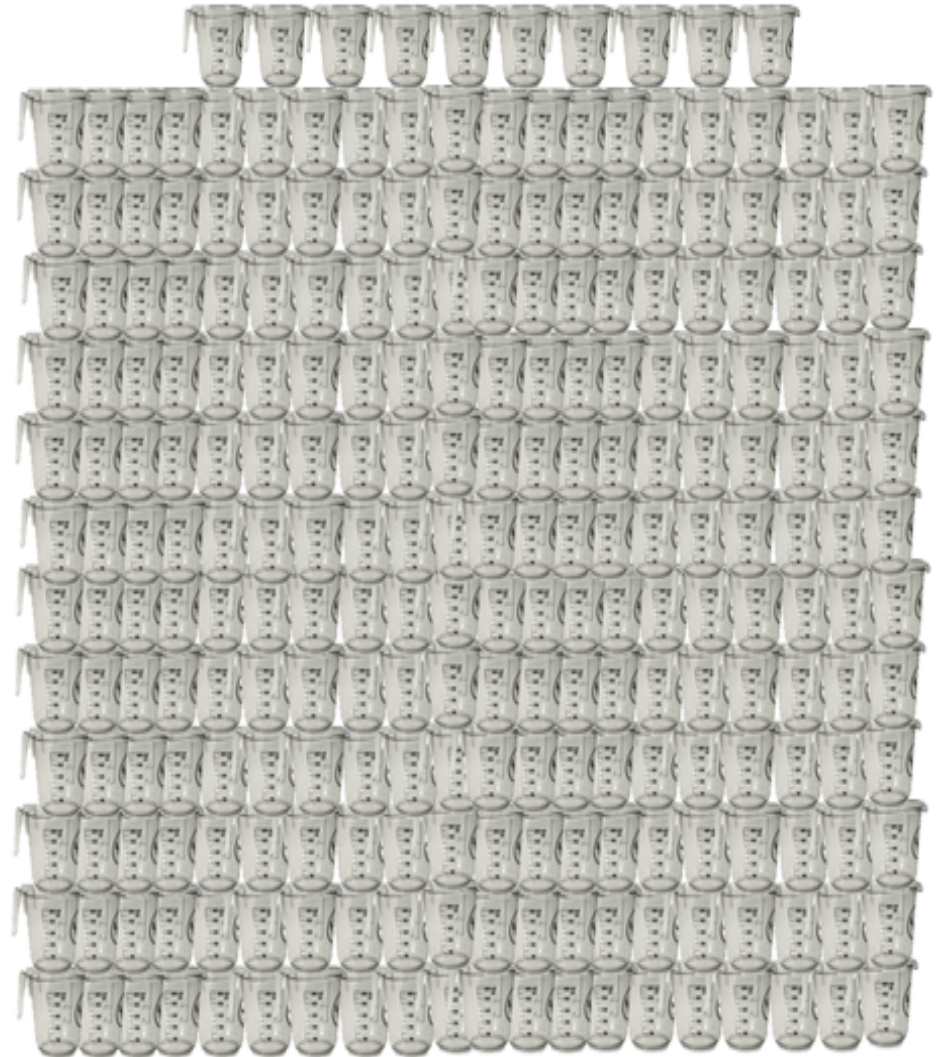
1 litro de agua para fabricar 1 litro de Coca-Cola



2.7 litros de agua para fabricar 1 litro de Coca-Cola, si se tiene en cuenta la planta de embotellamiento su consumo de agua para limpieza y como refrigerante



250 litros de agua para fabricar 1 litro de Coca-Cola cuando se tiene en cuenta la producción de azúcar, uno de los cultivos más intensivos en consumo de agua





Caso Coca-Cola

- Alianza global entre WWF y Coca-Cola
 - Formalizada en 2007; inicios en 2005
- Tema central: agua
- Escala 1: plantas de embotellamiento
 - Eficiencia en el uso de agua
- Escala 2: Cuencas hidrográficas
 - Gobernanza local para el mejor manejo de cuencas
 - Esquemas de PSA
 - Educación y trabajo con comunidades locales
- Escala 3: Proveedores
 - Enfoque de ciclo de vida
 - Agua inherente en materias primas: azúcar



Gracias

