



# ¿QUÉ ES Y CÓMO COMPITE UNA EMPRESA AMBIENTALMENTE AMIGABLE? II PARTE

**E**n la edición anterior hablamos de que las empresas con compromiso ambiental son las mejor posicionadas para evolucionar, competir y prosperar en la nueva economía que se nos avecina. Es un hecho que el nivel de competitividad de este tipo de empresas puede verse realzado por su filosofía de negocios. La experiencia nos indica que las empresas sostenibles, ordenadas, con estrategias claras, y productos de calidad, tienen actitudes muy efectivas al competir, a saber:

1. Son abierta y públicamente sostenibles, y dicho estatus es parte de su mentalidad de negocios; por ello incorporan, en sus políticas y estrategias empresariales, medidas ambientales orientadas a estimular el éxito de negocios de la empresa.
2. Establecen un compromiso inteligente y estratégico con el ambiente, por ello cuentan con declaratorias, certificaciones o reconocimientos ambientales (orgánico, sostenible, o carbono neutro) que comprueban su responsabilidad, y ello es motivo de orgullo. Así, su desempeño ambiental es real, cuantificable, y tiene impacto positivo en la cultura y resultados de la empresa.
3. Su compromiso es de largo plazo, mitigan su impacto ambiental con inteligencia y en base a un compromiso de toda la organización; asimismo, promueven el conocimiento entre sus funcionarios, quienes con orgullo comparten los logros de la empresa y se mantienen vigilantes del cumplimiento de los compromisos asumidos.

4. Son conscientes de que el ser orgánico, sostenible o carbono neutro es una ventaja competitiva que debe ser explotada al máximo. Por ello utilizan el etiquetado ambiental, posicionan el estatus ambiental de la empresa y sus productos, y promueven la implementación de medidas de mitigación y sostenibilidad; todo lo cual tiene por objetivo reducir su huella al igual que sus costos, así como aumentar la penetración de mercado, incrementar ventas, o mejorar el posicionamiento de la empresa y de sus productos, etc.

5. Entienden que el mundo está cambiando, por ello la sostenibilidad de la empresa no es un tema de altruismo, sino de inteligencia de negocios. Comprenden que su esfuerzo y compromiso formal a favor del ambiente y la sociedad les da el derecho de promover su imagen y su marca como orgánica, sostenible o carbono neutral, así como de disfrutar de la preferencia del consumidor por sobre sus competidores. De la misma forma, aprovechan cada oportunidad que surge, en el sector público o privado, nacional o internacional, en la que su estatus les da una ventaja sobre la competencia.

6. Su actuar en materia social y ambiental es ético y transparente, por lo que no engañan a sus empleados, clientes o proveedores; no se auto declaran sostenibles, orgánicos o carbono neutrales, aprovechando la ausencia de una legislación que les penalice, ni mucho menos practican el "Green washing".

Ante los cambios que se avecinan en la economía



mundial a partir del 2020 es recomendable que las empresas se preparen sin dilación. Pero, ¿Cómo empezar el proceso? ¿Cómo aprovechar las oportunidades que trae consigo una economía sostenible y baja en carbono?. Primero, tome en cuenta que para ser competitivo en la nueva economía es fundamental demostrar algún tipo de compromiso ambiental; si usted no lo tiene, o no desea tenerlo, su única alternativa será competir vía precio o competir en desventaja. Segundo, si su empresa ya tiene un compromiso ambiental o desea asumirlo, puede entonces seguir el siguiente marco estratégico:

1. Sea consciente de que el Cambio Climático es un problema que nos atañe a todos, y que el cambio que está sufriendo el ambiente de negocios a nivel mundial es simplemente irreversible.
2. Recuerde que Centroamérica está entre las zonas del mundo más afectadas por el Cambio Climático. El Huracán Otto es una muestra de los diversos fenómenos que podríamos experimentar en el futuro cercano. Así que analice los riesgos y oportunidades del Cambio Climático para su empresa. Determine cómo afectarían los cambios drásticos en el clima (sequías, inundaciones, catástrofes naturales, variaciones imprevistas en el clima, etc.) las oportunidades de negocios, así como la disponibilidad de materia prima, el atractivo de su producto, la continuidad de las operaciones, los costos operativos, de transporte y mantenimiento, los tiempos de entrega de obras y productos, la salud y estabilidad de su recurso humano, etc.
3. Identifique los planes de contingencia y mitigación que debe implementar para aprovechar las oportunidades, reducir los riesgos, o adaptarse a los efectos del Cambio Climático, y determine las medidas a tomar para mitigar su huella ambiental. Estas actividades deben realizarse tomando en cuenta la estabilidad y sostenibilidad de negocios de la organización en el largo plazo.
4. Formalice su compromiso mediante la implementación de prácticas ambientales y la obtención de certificaciones o declaratorias que respalden su esfuerzo. Este punto es de particular importancia para los suplidores del Estado, así como para los exportadores y suplidores de multinacionales y de las grandes empresas costarricenses, quienes ya empiezan a pedir pruebas de desempeño ambiental a su cadena

de suministros.

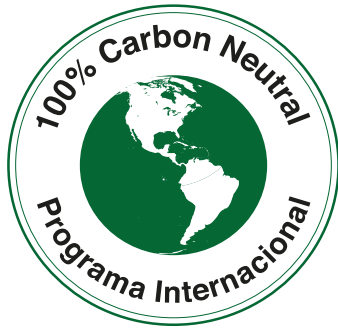
5. Consolide el compromiso dentro de la cultura organizacional permitiendo que sus empleados participen en el diseño de planes de adaptación y mitigación, realistas y sostenibles, que contribuyan al éxito de la empresa. Igualmente, hágalos partícipes de los procesos de certificación o declaratoria ambiental, y solicite capacitaciones de sus proveedores de servicios ambientales, etc. Si los recursos lo permiten, implemente programas que impacten a sus empleados y a la comunidad.

6. Compita sin miedo, implemente estrategias similares a las descritas en la primera parte de este artículo, por sobre todo sea transparente con sus clientes, empleados, y suplidores. Si el tamaño de su empresa lo permite, solicite a su cadena de suministros unirse a la lucha contra el Cambio Climático en la medida de sus posibilidades.

7. Finalmente, coseche los beneficios en las áreas de posicionamiento y penetración de mercado, productividad y competitividad, mercadeo y potenciación de ventas, manejo de costos, apertura de mercados, y otros que surgen de ser una empresa sostenible, y que aumentarán a partir de la entrada en vigor del Acuerdo de París.

Recuerde que los beneficios de la sostenibilidad no son automáticos, ya que dependen de su compromiso y del tipo de medidas de adaptación y mitigación de huella ambiental o de carbono que usted tome, así como de la planificación, esfuerzo y de las estrategias de competitividad que implemente.

**\*Artículo tomado de la edición No.9 de la Revista Planeta Carbono Neutro. Meses Abril-Junio 2017**



## Editores

### Programa Internacional 100% Carbon Neutral®

100% Carbon Neutral® es un programa internacional de carbono neutralidad –No Gubernamental–, patrocinado, avalado, y representante en Costa Rica de CarbonFund.org Foundation, New York, USA; y CO2Balance LTD, Londres, UK; dos de los neutralizadores de carbono más importantes del mundo.

El Programa, basado en Costa Rica, ha sido diseñado y actúa sobre la base del Protocolo GHG, creado por el World Resource Institute y el World Business Council for Sustainable Development a petición del Panel Intergubernamental de Expertos sobre el cambio Climático de las Naciones Unidas.

#### Miembros de:



#### Diseño, Edición y Arte Final

Sr. Jonathan Chanto Segura, Análisis y Procesos  
[Jonathan.chanto@100carbonneutral.com](mailto:Jonathan.chanto@100carbonneutral.com)

#### Corrección de Estilo y Análisis de Datos

Sr. Javier Segura Mora, Director del Programa  
[Javier.segura@100carbonneutral.com](mailto:Javier.segura@100carbonneutral.com)

#### Edición y Noticias

Sr. Jorge Segura Mora, Presidente  
[Jorge.segura@100carbonneutral.com](mailto:Jorge.segura@100carbonneutral.com)

Tel: (506) 22289696

Email: [info@100carbonneutral.com](mailto:info@100carbonneutral.com)

Suscríbese a la Revista Planeta Carbono Neutro  
[miembros@100carbonneutral.com](mailto:miembros@100carbonneutral.com)



### Miembros Asociados Internacionales Programa 100% Carbon Neutral®



**Fundación Carbonfund.org:** Organización sin fines de lucro con sede en Nueva York, Estados Unidos, especializada en Educación sobre Cambio Climático, así como en programas de compensación y reducciones de carbono. La organización es reconocida por la calidad de sus clientes, conocidos como Carbonfree® Partners, que incluye a:



**CO2balance LTD:** Miembro fundador de ICROA y una de las empresas líderes a nivel mundial en su rol como empresa de gestión global de carbono; la firma tiene oficinas en Kenia, Etiopía, Ghana, Sudáfrica, Japón, Italia y el Reino Unido. Su prestigio se refleja en la calidad de sus clientes, miembros del Carbon Zero Federation:

