

Planeta *Carbono Neutro*

REVISTA TRIMESTRAL DEL PROGRAMA 100% CARBON NEUTRAL®

EDICION 5 - AÑO 2 - ABRIL A JUNIO 2016

Costarricenses: Consumidores Con Espiritu Ambiental p.4



A Paso Firme p.2



Mercadeo de Empresas Ambientalmente Amigables p.7



A PASO FIRME

“ *Los éxitos y avances logrados desde que lanzamos el programa nos permitieron recientemente asegurar el compromiso de nuestros socios internacionales, quienes ven en el Programa 100% Carbon Neutral la base sobre la cual construir la carbono neutralidad de la región....* ”

Día a día construimos un futuro más sostenible para nuestro Programa y para el país. Después de 18 meses de actividad del Programa hemos neutralizado empresas en sectores tan diversos como hotelería y turismo; producción y exportación de café y banano; equipo para la generación de energía alternativas; producción y distribución de equipos médicos; agencias publicitarias y desarrolladores inmobiliarios; firmas profesionales; producción y distribución de alimentos, mobiliario, equipo y suplementos de oficina, etc. Esto resultados demuestran que con eficiencia, determinación, y compromiso de servicio, cumpliremos nuestra misión en el mercado.

Los éxitos y avances logrados desde que lanzamos el programa nos permitieron recientemente asegurar el compromiso de nuestros socios internacionales, quienes ven en el Programa 100% Carbon Neutral la base sobre la

cual construir la carbono neutralidad de la región. Es así como en febrero pasado firmamos la renovación, por varios años más, de los contratos de aval y representación con CarbonFund (USA) y CO2Balance (UK), dos de los neutralizadores de carbono más grandes del mundo.

Debemos destacar que estas entidades han neutralizado y trabajan en los planes de neutralización de cientos de empresa alrededor del mundo, entre las que figuran compañías de la calidad, tamaño y complejidad de Amtrak, Dell, Hyundai Motor America, LG Electronics USA, Inc., Motorola, Orbitz, Volkswagen, Virgin America, etc.. Gracias al ligamen existente con CarbonFund y CO2Balance, 100% Carbon Neutral tiene acceso a los mejores créditos de carbono a nivel mundial, y a lo último en tecnología de carbono neutralidad. Durante este último trimestre también nos incorporamos como miembros



del CarbonZero Federation, asociación de la que participan los programas y empresas asociadas a CO2Balance a nivel mundial, entre las que destacan; Google, Calvin Klein, Kelloggs, Toshiba Information Systems UK., Grupo Automotriz Fiat (Ferrari, Jeep, Alfa Romeo, Dodge, Masserati, Lancia, Chrysler y otras marcas), entre muchos otros.

Otro avance que nos complace sobremanera mencionar, es el éxito alcanzado durante el primer ciclo de recertificaciones de nuestros clientes; cuyo porcentaje de éxito se mantiene en 100% entre los primeros miembros del Programa. Dadas las opiniones y entusiasmo de nuestros clientes, consideramos que este nivel de compromiso es una muestra de la satisfacción, reconocimiento, y

buenos resultados de negocios que han obtenido, y se derivan, de alcanzar y mantener el estatus de empresa 100% Carbon Neutral.

Finalmente, durante este trimestre, y producto de una iniciativa de nuestros miembros, ingresamos de lleno y con éxito a apoyar a nuestros clientes que participan en el mercado de licitaciones y concursos públicos. Así, desde hace más de un año, y con mayor intensidad en los últimos meses, nuestros clientes han presentado sus Declaratorias 100% Carbon Neutral (y los atestados que le respaldan) como prueba de cumplimiento en aquellos concursos y licitaciones que aceptan declaratorias internacionales de carbono neutralidad como prueba del desempeño ambiental de los suplidores.

Durante lo que resta del año, esperamos seguir contando con la confianza del mercado. Son muchas las empresas que pueden aprovechar las ventajas estratégicas y comerciales de ser carbono neutral en Costa Rica, y a todas ellas esperamos llegarles muy pronto; tanto con nuestro mensaje, como con nuestros servicios y compromiso. Antes de finalizar el año esperamos introducir un nuevo producto que sorprenderá al mercado, y que esperamos lanzar en asociación con las agencias de viajes del país.



LA FLORESTA
parque condominio

el mejor lugar para vivir
EN EL ESTE DE SAN JOSÉ



Construcción
Carbono Neutro

SOMOS CONSTRUCCIÓN
100% CARBÓN NEUTRAL

TEL. 2237-1326
WWW.CONDOMINIOFLORESTA.COM



FEDERATION



MOTOROLA



COSTARRICENSES: CONSUMIDORES CON ESPÍRITU AMBIENTAL

Existen diversos factores que influyen en las decisiones de los consumidores; cultura, estilo de vida, motivación, personalidad, edad, y percepción, son algunos de los más mencionados. No obstante, precio y calidad siguen siendo básicos en la toma de decisiones, ya que un producto tiene que estar dentro de presupuesto y satisfacer la necesidades del mercado meta para tener siquiera una oportunidad de triunfar. Estos factores son a su vez influenciados por aspectos sociales como la comunidad, grupo al que pertenece o con el que se identifica el consumidor, su estatus social, la familia, y las creencias culturales; todo lo cual determina los valores y principios que rigen el comportamiento de consumo.

En materia de consumo “verde”, como era de esperarse, Costa Rica tiene su propia receta, un término medio. Los datos existentes muestran que una gran mayoría de nuestros consumidores tienen un espíritu ambientalmente amigable, mas no existe en el país un segmento grande de consumidores “religiosamente verdes”. Esto es propio de una cultura que históricamente evita

los extremos filosóficos y sociales. A continuación analizamos algunos datos arrojados por la Encuesta de Ambiente y Cambio Climático, PNUD-UCR, 2014.

Desde el punto de vista del Tico como consumidor, y parte de la economía, podemos decir que nuestros conciudadanos tienen una opinión muy positiva de su propio actuar en materia de protección ambiental; el que consideran superior al del Estado, las empresas, y sus conciudadanos. Esta forma de pensar no es arrogante, pues el 73% de la población también opina que su propio actuar tiene consecuencias negativas sobre el ambiente.

Adicionalmente, el 25% de los entrevistados dice participar como voluntario en grupos o asociaciones que trabajan en pro del ambiente. Un país donde, potencialmente, 1 de cada 4 consumidores está involucrado activamente en la protección del ambiente, es también un mercado donde como mínimo 25% de los consumidores tienen un fuerte compromiso ambiental. Tomando en cuenta el promedio de habitantes por hogar en Costa Rica (3.5), se puede inferir



Desde el punto de vista del Tico como consumidor, y parte de la economía, podemos decir que nuestros conciudadanos tienen una opinión muy positiva de su propio actuar en materia de protección ambiental...

que en una abrumadora mayoría de hogares existe al menos un agente de cambio que trabaja a favor del ambiente, y directa o indirectamente participa de las decisiones de compra. Lo anterior, nos lleva a pensar que el nuestro es un mercado fértil para productos y empresas amigables con el ambiente.

En cuanto a la responsabilidad por la protección del ambiente los encuestados mencionan a las empresas, municipalidades, grupos sociales, el gobierno, y a sí mismos como los responsables; en general se considera que esta es una tarea de todos. No obstante, el 93.3% de consumidores manifiesta que las personas o empresas que contaminan, deben asumir el costo de reparar el daño que le hicieron al ambiente, para contener la degradación ambiental y el cambio climático. Aparte de sus propias acciones, el consumidor espera acciones claras de las empresas.

Es interesante que 79.3% de los entrevistados mostró tener conocimiento respecto al cambio climático; y que identifican las causas de este fenómeno como de origen humano (deforestación, consumo energético, actividades de fábricas e industrias, monocultivos, etc.). Un 87% considera que las consecuencias del cambio climático ya son visibles, y 76,5% considera que ellos y sus familia ya están sufriendo los efectos negativos del fenómeno. De la misma forma indican abrumadoramente que las consecuencias en la naturaleza y la sociedad se manifestarán en aumento de temperaturas, sequías, lluvias, y en el aumento del precio de los alimentos (88.3%), electricidad (85.7%), y el deterioro de la calidad de vida de la población (80.2%). Estas son preocupaciones que, dada la oportunidad, influirían en las decisiones de un consumidor racional.

En el mencionado estudio se preguntó por preferencias por algunos ejemplos de productos amigables con el ambiente (café sello carbono neutro, café orgánico, carne sostenible, refrigerador energéticamente eficiente, etc.). Entre un 60% y un 87% de los consumidores manifestaron que preferirían estos productos; y al menos una tercera parte de este grupo manifestó su preferencia aun cuando fueran un poco más caros, estimándose el sobreprecio aceptable en un máximo del 10%. A pesar de esta señal positiva, el 67% indicaron que la principal razón por la que los productos amigables con el ambiente no se venden de manera suficiente en el país es debido a que las personas no los conocen, o porque son caros.

La experiencia indica que dicha afirmación es un hecho visible en las góndolas de cualquier supermercado del país, ello por cuanto; 1) La mayoría de empresas que tienen productos certificados con sello carbono neutro u orgánico (Café, banano), los tienen para exportación, utilizan puntos de venta selectos, o bien, solo hacen negocios B2B o con el gobierno; 2) Las empresas no son conscientes que sus prácticas ambientales son altamente valoradas por el consumidor, y no se certifican (sostenible, carbono neutro, orgánico). Por ende el consumidor no puede ejercer su derecho a preferirles; 3) Existen pocos productos de consumo masivo debidamente identificados (sellos, marcas) como producidos mediante procesos, o por empresas, orgánicas, sostenibles o carbono neutral. Por lo que la oportunidad se pierde. Y 4) Hay quienes se aprovechan para hacer "Greenwashing" y cobrar altos sobrepuestos.

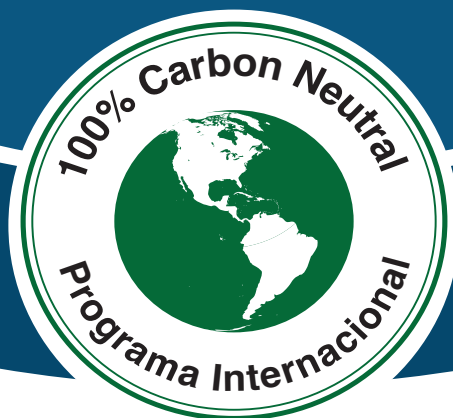
El análisis de los datos disponibles respalda la existencia de un amplio mercado para productos y servicios de empresas sostenibles, orgánicas o carbono neutro. El consumidor valora los esfuerzos ambientales de las empresas; sin embargo, al no existir una oferta suficiente en el mercado que les permita ejercer su derecho a libre elección, se ven restringidos a elegir entre productos sin diferenciación ambiental alguna. Las actitudes manifiestas en el estudio pueden ser convertidas en hábitos de consumo, siempre que las prácticas ambientales de la empresa sean reconocidas, promocionadas e incorporadas como parte de los atributos del producto o servicio.



¿QUIERE MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE SU EMPRESA?

En el Programa 100% Carbon Neutral logramos que su empresa obtenga una Declaratoria Internacional de Carbono Neutralidad de manera eficiente y dentro de su presupuesto.

1. Demuestre su compromiso ambiental delante de compradores institucionales, en compras y licitaciones públicas y privadas.
2. Realce la imagen de sus productos delante de sus clientes individuales.
3. Diferencie su empresa de la competencia en un mercado que es cada día más competitivo.
4. Mejore su presencia y atractivo de mercado utilizando la marca "Empresa 100% Carbon Neutral"
5. Aproveche la tendencia de los consumidores a favorecer a empresas y productos que demuestran compromiso ambiental.



LLÁMENOS Y CONCERTEMOS UNA VISITA, sentémonos a conversar acerca del éxito de su empresa.

Horario de Atención: Lunes a Jueves 7 a.m. a 5 p.m.
Viernes 7 a.m. a 12 m.d.

Tel 2228-9696 Email. info@100carbonneutral.com

MERCADEO DE EMPRESAS AMBIENTALMENTE AMIGABLES

“

Este es el momento en la historia en

que las nuevas tecnologías y estrategias de negocios hacen que las buenas prácticas ambientales sean un aliado en el éxito financiero de la empresa moderna.



Ser sostenible, carbono neutral, u orgánico, no implica dejar de pensar en negocios; y más bien conlleva diseñar estrategias ambientales que contribuyan con la sostenibilidad de largo de la empresa, y que tengan un impacto positivo en el negocio. Este es el momento en la historia en que las nuevas tecnologías y estrategias de negocios hacen que las buenas prácticas ambientales sean un aliado en el éxito financiero de la empresa moderna. Para que esto suceda, es fundamental que las empresas que asumen un compromiso con el ambiente sepan mercadear dicho esfuerzo, para que sus clientes puedan ejercer el libre derecho a recompensar su compromiso.

Podemos identificar 7 principios a tomar en cuenta en el mercadeo de empresas y marcas amigables con el ambiente, a saber;



1. Conozca lo que su cliente quiere. Como leímos en el artículo anterior, en términos generales el consumidor costarricense está listo para valorar y recompensar los esfuerzos ambientales de las empresas. No obstante, es responsabilidad de cada empresario analizar la información relativa a su mercado y definir las estrategias ambientales específicas a su operación.

2. Defina claramente lo que ser “amigable” significa para usted y su empresa. Ser amigable con el ambiente implica cosas diferentes para cada empresario; para algunos conlleva una producción orgánica, otros implementan procesos de sostenibilidad y carbono neutralidad, y aun otros implementan prácticas de reciclado y 7Rs, etc. Esta definición determinará la extensión de su compromiso, su estrategia ambiental, y su impacto en la estrategia de negocios de la empresa.



3. Conecte usted los puntos, no se quede callado. Ser amigable con el ambiente, especialmente si se busca certificarse, es una estrategia de negocios; y por lo tanto sus beneficios tienen que permear al producto o servicio de la empresa. No espere que sus clientes reconozcan el esfuerzo de su empresa si usted no promueve sus logros y estatus ambiental mediante marcas, etiquetas, Internet, etc. Es su obligación, no la del cliente, el posicionar en la mente del consumidor la diferenciación ambiental que existe entre usted y sus competidores.

4. Sea consecuente con su discurso. No se comprometa más allá de lo que su empresa puede cumplir ambientalmente; mas cumpla con lo que ofrece.

Sin importar lo que usted defina como “amigable”, manténgase constante en sus prácticas. Sea claro en cuanto a metas y objetivos, capacite a sus empleados y comprométalos con el esfuerzo de la empresa; y enmarque la estrategia ambiental dentro de las estrategias de negocios de la compañía. Esta la única manera de que sus practicas se mantengan e impacten positivamente a la empresa, y el ambiente, en el largo plazo.

5. Proyéctese a la comunidad. Su empresa y sus empleados son parte de una comunidad. Una vez logrados lo objetivos ambientales de la compañía, y se ha llegado al punto optimo de sostenibilidad, busque impactar las condiciones sociales y ambientales de su entorno. Elija medidas prácticas y sostenibles; adopte una escuela, cree comités internos que velen por el ornato y bienestar ambiental en las comunidades aledañas, mejore la seguridad de las paradas en donde sus empleados toman el bus, utilice su apalancamiento con instituciones de gobierno y logre mejoras para la comunidad, etc. Este tipo de prácticas tienen un gran impacto en la moral interna de la empresa, y en el compromiso de la comunidad.



6. Obtenga el apoyo de terceros. La mejor manera de que

el consumidor confíe en su compromiso ambiental es a través de la garantía de un tercero. Obtenga una declaratoria o certificación que le permita a sus clientes creer en su empresa, reconocer su esfuerzo, y compensarle favoreciendo sus productos por sobre los de la competencia. Una declaratoria debe ajustarse a los objetivos y capacidades de la empresa en términos de; costo, respaldo, reconocimiento, condiciones de ejecución y renovación, beneficios comerciales, servicio al clientes, etc. Una declaratoria permite posicionar, de manera diferenciada, a la empresa y sus productos en el mercado. Recuerde que el uso de sellos y marcas es fundamental en este esfuerzo, pues no todos los consumidores tienen la oportunidad de leer o escuchar un anuncio

publicitario, pero todos toman el producto etiquetado en sus manos antes de comprarlo o rechazarlo.

7. Evite ser calificado de “Greenwasher”. Se refiere a las empresas que promueven de manera engañosa una imagen de “amigable con el ambiente” cuando en la realidad sus prácticas y compromiso indican lo contrario. Ejemplo de esto son las empresas que auto declaran sus productos carbono neutro, orgánicos, o sostenibles, sin tener respaldo alguno; y aquellas que violentan sus propios compromisos ambientales. En general haga lo que predica, sea transparente con sus consumidores, pues lo contrario podría ser desastroso. En Costa Rica existen unas 400 empresas certificadas carbono

neutral, sostenibles, u orgánicas; y en su mayoría son desconocidas por los consumidores. Nuestro mercado está fallando en el mercadeo de empresas y productos ambientalmente amigables, y se están perdiendo grandes oportunidades. El ser amigable con el ambiente, a nivel de empresa, es hoy día una expectativa del consumidor, y por ende es parte de los negocios; por lo tanto, no tema mercadear sus logros ambientales y hacerlos parte intrínseca de la imagen de calidad de sus productos o servicios.

San José

El Motor de tus sueños...

CARRERAS

- Nutrición
- Tecnología de Alimentos
Pionera en la carrera de Nutrición y única universidad privada que imparte Tecnología de Alimentos
- Derecho
- Cursos Libres
 - Técnico en Criminología
 - Asistente Técnico en Farmacia
 - Auxiliar Contable
- POSTGRADOS
 - Administración de Empresas
 - Alta Gerencia
 - Banca y Finanzas
 - Mercadeo y Finanzas
 - Educación
 - Administración Educativa
 - Psicopedagogía
 - Derecho
 - Notarial y Registral

- Administración de Empresas con 8 énfasis.
 - Banca y Finanzas
 - Contaduría Pública
 - Gerencia General
 - Mercadeo y Comercio Internacional
 - Recursos Humanos
 - Seguros
 - Computación
 - Gestión Pública
- Educación Primaria
 - Español
 - Inglés
 - Matemáticas
 - Ciencias
 - Estudios Sociales
- Educación Secundaria
 - Español
 - Matemáticas
 - Física
 - Química
 - Biología
- Licenciatura en Docencia

¡Somos orgullosamente 100% carbono neutral!

Distribuidora
Ramírez y Castillo

Celebrando nuestro 30 Aniversario
Distribuidora Ramírez y Castillo con gran orgullo se vuelve una empresa 100% Carbono Neutral.

30 años de servicio de calidad y de otorgarle a todos nuestros clientes lo mejor en suministros de oficina, tecnología, papelería y ahora con nuestra nueva línea de mobiliario para oficina e infantil.

CONTACTO
T: 2263-9191
F: 2268-9292
info@ramirezycastillo.com
www.ramirezycastillo.com

NOTICIAS



¿Deben las empresas gastronómicas dar pasos hacia la carbono neutralidad? (Fuente www.elfinancierocr.com)

Desde hace más de cinco décadas, se habla del tema ambiental y ya hace más de tres ocupa un lugar en la agenda de desarrollo de los países. Sin embargo, la fuerza que han tomado los temas relacionados con el medio ambiente todavía no son proporcionales a los efectos negativos que nos ocasiona el cambio climático diariamente... [Leer todo el artículo](#)

Sostenibilidad incrementa rentabilidad, apuntan 44% de empresas latinoamericanas (Fuente www.estrategiaynegocios.net)

Cerca del 80 % de las compañías consideran que la sostenibilidad es un tema relevante para su negocio, según la 2ª edición de 'Encuesta PwC sobre Sostenibilidad en América Latina', realizada con la colaboración del IAE Business School y CEADS... [Leer todo el artículo](#)



Cómo hacer negocio con el cambio climático en Centroamérica (Fuente www.elfaro.net)

Los grupos económicos centroamericanos no pueden permanecer pasivos ante el enorme reto que presenta el cambio climático en una de las regiones más vulnerables del mundo. Las empresas pueden ver en el cambio climático una problemática que presenta tanto desafíos como oportunidades.... [Leer todo el artículo](#)

El mayor riesgo para las economías y negocios: el cambio climático (<http://www.dinero.com>)

El Foro Económico Mundial determinó los principales riesgos que afronta el mundo en términos de impacto. El primero y más urgente es el medioambiental, enfocado a la difícil mitigación y adaptación al cambio climático. ... [Leer todo el artículo](#)



NUEVOS MIEMBROS



Distribuidora Ramírez & Castillo: Fundada hace 30 años, esta empresa dedicada a la importación y distribución de materiales y consumibles de oficina ha llegado a convertirse en uno de los referentes del mercado, con cientos de clientes en el sector privado y con una sólida reputación como proveedor del estado. Ser parte del Programa solo consolida su liderazgo comercial en el sector.



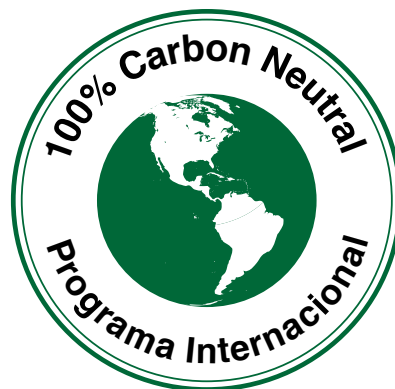
Comercializadora S&G Internacional: Dedicada, desde hace 17 años, a la importación y venta de mobiliario de oficina de la alta gama; S&G ha creado gran reputación en dos aspectos, el distribuir lo mejor del mobiliario de oficina europeo en nuestro país, y ser una empresa responsable socialmente con su comunidad. Siendo que sus productos vienen con las certificaciones correspondientes de origen, es congruente que la empresa obtuviera las suyas propias de Carbono Neutralidad, educando con el ejemplo.



Acondicionamiento de Oficinas: Fundada en 1985, ACOFI es uno de los pilares históricos en la industria del mobiliario empresarial. Basando su filosofía de negocios en el servicio a las necesidades del cliente, se han abierto campo en el mercado con clientes de larga data y que aprecian la calidad empresarial y humana de sus propietarios. Obtener la Carbono Neutralidad es parte de la estrategia de competitividad de largo plazo de la compañía



AGLegal: Renombrado despacho legal, basado en B° Escalante. Entre sus campos de acción se encuentra el derecho en energías renovables, por lo cual varios de sus miembros se han especializado académicamente en campos del medio ambiente; para este bufete el ser carbono neutralizado es el complemento obvio a sus actividades profesionales y viene a reforzar la imagen corporativa.



RE-CERTIFICACIONES

Durante las pasadas semanas se llevaron a cabo los procesos de Re-Certificación de diversos miembros del Programa, entre ellos: **Platanera Río Sixaola** Agroexportadora bananera que ha recibido reconocimientos ambientales en Alemania; **Hotel Giada** líder en sostenibilidad turística en la zona de Sámara y **Cristal Vitro** Empresa de biotecnología de alcance Latinoamericano.

Armonía & Eficiencia

Iluminación tipo LED
Sistemas solares

Nuevo Vehículos eléctricos



Auditamos su negocio en cuanto a eficiencia energética, **sin ningún costo!**

Grupo
Solaris
Energía Renovable

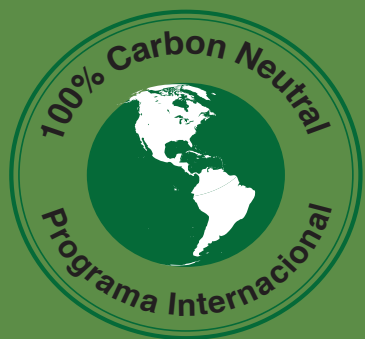
Solaris, un mundo de soluciones energéticas renovables!

Somos una empresa orgullosamente **100% Carbon Neutral**



Baje
sus gastos
con nosotros

www.grupo-solariscr.com
2432-4796 | 2432-4797



Con el Programa Internacional
100% Carbon Neutral®

100% Carbon Neutral® es un programa internacional de compensación y neutralización de carbono que ha sido desarrollado pensando en las necesidades y aspiraciones de la empresa y del empresario costarricenses.

**Nuestras
Redes Sociales**



website

Llame al 2228-9696 o escribanos a info@100carbonneutral.com