

Planeta *Carbono Neutro*

REVISTA TRIMESTRAL DEL PROGRAMA INTERNACIONAL 100% CARBON NEUTRAL®

Edición 21 - Año 6 - San José, Costa Rica - Julio a Setiembre 2020

¿Quién dijo miedo?

La trampa del miedo p, 4

Planificación en tiempos de crisis p, 10

Dejando ir el pasado p, 17

Noticias

*Sostenibilidad
Latinoamericana p, 9*

*El Mundo en Resumen
p,16*



Planeta **Carbono Neutro**

REVISTA TRIMESTRAL DEL PROGRAMA 100% CARBON NEUTRAL®

Planeta Carbono Neutro es una publicación gratuita y trimestral, producida por el departamento de extensión del Programa Internacional de Carbono Neutralidad 100% Carbon Neutral; el cual opera desde Costa Rica para toda Latinoamérica, con el aval de sus Miembros Asociados Internacionales CarbonFund.org (USA) y CO2Balance (UK) Ltd.



Los Miembros Asociados Internacionales del Programa son organizaciones líderes globales en la lucha contra el Cambio Climático, con oficinas en EEUU y Reino Unido, y operaciones en Brasil, Kenia, Etiopía, Ghana, Sudáfrica, Japón, Italia y Costa Rica. Su reputación y prestigio se refleja en la calidad de sus clientes internacionales, entre los que destacan:



¡Hola, amigos!

Nos complace en presentarles la edición No. 21 de nuestra revista Planeta Carbono Neutro que quizás ha sido la más emocional que hemos preparado durante toda la historia de nuestra organización. Esto debido a que los temas sobre los que decidimos enfocarnos en esta ocasión son parte de la experiencia personal de muchos de nuestros miembros amigos y lectores en toda América Latina. En los últimos meses, por motivos diversos, hemos estado conversando con empresas, empresarios y contactos de negocios en Paraguay, Chile, Ecuador, Colombia, Perú, Panamá, Costa Rica, Guatemala, México, Inglaterra y Estados Unidos, con los que hemos hablado acerca de su experiencia personal y empresarial durante la pandemia, así como de la evolución de la crisis sanitaria y económica en sus respectivos países.

Como resultado de lo anterior, hemos creído conveniente desarrollar los siguientes artículos: 1) La trampa del miedo, 2) Planificación en tiempos de crisis, y 3) Dejando ir el pasado. A diferencia de otras ediciones, la actual se enfoca más en temas que, de una u otra forma, están afectando y han afectado a nuestros empresarios durante la presente crisis económica, y su objetivo es simple, brindar claridad y mostrar que, más allá de todo el dolor e incertidumbre (en la que actualmente nos vemos obligados a desarrollarnos personal profesional y empresarialmente), aún hay un futuro al que podemos y debemos aspirar. Así que, ya sea que su empresa haya superado la prueba que ha representado el COVID-19 o que aún esté luchando por superarla, estos artículos podrían ser de su interés. Nuestro esfuerzo diario en la lucha contra el cambio climático no ha cesado ni va a cesar, no obstante, en esta edición, nuestro corazón y deseos de colaborar están con todos los emprendedores y empresarios latinoamericanos.

No podemos olvidarnos de agradecer a todos nuestros trabajadores de la salud, científicos y funcionarios que diariamente dejan la seguridad de sus hogares para batallar contra esta pandemia. Sin su aporte y sacrificio, ninguna forma de recuperación sería posible para nuestra región.

Un saludo y cuídense todos, que aún falta camino por recorrer.

MBA. Jorge Segura Mora
Presidente
Programa Internacional 100 % Carbon Neutral



Aviso al mercado

El Programa Internacional 100% Carbon Neutral® se complace en anunciar el lanzamiento de su nueva línea de servicios de medición, neutralización de huella y declaratoria internacional de carbono neutralidad; cuyo objetivo es aumentar la competitividad de las empresas latinoamericanas en la era post Covid-19.

En opinión de los especialistas del mercado, una vez finalizada la crisis sanitaria que enfrenta el planeta, la recuperación de la economía mundial será verde, sostenible y baja en carbono, no solo porque así lo están promoviendo organismos como el FMI, el Foro Económico Mundial, la Comisión Europea, el Pacto Global de la ONU, el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), el Green Recovery Alliance, la red de Ciudades C40, y las grandes empresas y bancos internacionales, sino también porque los esfuerzos de recuperación de la economía global están generando las condiciones objetivas adecuadas para promover, y en algunos casos forzar, el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y de los acuerdos de París.

[Mas información...](#)

Diseño y Arte Final
Sr. Jonathan Chanto Segura

Edición y Análisis de Datos
Sr. Javier Segura Mora

Artículos y Contenido
Sr. Jorge Segura Mora

Corrección de Estilo
Sra. Margarita Chaves Bonilla

Tel: (506) 22289696
Email: info@100carbonneutral.com

Miembros de:



Visite nuestras Redes Sociales



Revista Planeta
Carbono Neutro

También nuestra Página Web
www.100carbonneutral.com



La trampa del miedo

“Todo el mundo tiene un plan hasta que los golpean en la boca. Luego (...) se detienen atemorizados y se congelan”.

Mike Tyson



“La trampa del miedo es la aceptación del estado de desolación y desesperanza producto de los temores, que experimentan quienes aun no encuentran respuesta a la crisis que personalmente enfrentan a causa del COVID-19 o sus impactos.”

Antes de que se presentara el primer caso de coronavirus en América Latina, a finales de febrero del 2020, todos teníamos un plan de vida, y ya para marzo el COVID-19 había acertado el primer golpe a los ciudadanos y empresas de todo el continente. El golpe fue fuerte y su continuo impacto ha dejado a la mayoría de los hogares y empresas en shock, sumiendo a la región y al mundo entero en una crisis sin precedente en el último siglo. La lucha contra el flagelo se inició casi de inmediato en dos frentes, primero, en el frente sanitario, buscando controlar la pandemia y, segundo, en el frente económico, buscando preservar el bienestar de la sociedad, manteniendo las economías a flote. A la fecha, los avances en ambos frentes han sido lentos y los éxitos pocos y muy espaciados, lo que ha provocado un alargamiento de la etapa de shock social y ha llevado a que muchos empresarios caigan en la trampa del miedo.

La trampa del miedo es la aceptación del estado de desolación y desesperanza producto de los temores, que

experimentan quienes aun no encuentran respuesta a la crisis que personalmente enfrentan a causa del COVID-19 o sus impactos, y que los lleva a vivir una parálisis en término de su evolución emocional y toma de decisiones, evitándoles vivir el presente, y anulando cualquier posibilidad de superar su situación.

El miedo es natural e inevitable y sucede cuando nos sentimos en peligro, produciendo ansiedad como mecanismo de defensa. En la coyuntura mundial actual, el miedo es alimentado por la incertidumbre global producto del peligro existente y la falta de soluciones a nivel mundial, y genera una ansiedad masiva, debido a la falta de respuestas o a dudas como ¿cuándo va a acabar esto?, ¿qué puedo hacer para mejorar la situación?, ¿cómo voy a salvar mi empresa?, ¿qué hago si pierdo el trabajo?, ¿qué va a pasar si me enfermo? A este respecto, hay tres realidades que debemos reconocer: 1) El miedo es natural y bajo las circunstancias actuales no es infundado. 2) El miedo se combate con información y la ansiedad con acción. 3) La aceptación del miedo como sentimiento natural no implica que debamos llenarnos de temores y dejarlo dictar nuestras vidas, una cosa es reconocer las emociones que se tienen y otra es subyugarse a ellas.

Así, la clave para no caer en la trampa del miedo yace en obtener y generar la información correcta; con ello, es posible controlar los niveles de temor y proceder a la acción. Es importante acotar que estamos hablando de obtener y generar la información correcta para cada persona y situación y no de torturarse con las noticias del día. En este proceso, es fundamental que reconozcamos y aceptemos que to-





dos los países del continente, todas las ciudades y todas las empresas y hogares se han visto golpeadas por la pandemia y sus efectos, en mayor o menor medida; lo que ha generado una grave crisis sanitaria y económica que nos afecta a todos. Sin embargo, cómo lidiemos con la situación y cómo salgamos de ella dependerá no solo de los esfuerzos de gobiernos, personal sanitario y científicos, que tienen a su cargo la lucha contra la pandemia; sino de la actitud ante el miedo que asuman los empresarios, cámaras empresariales, políticos y bancos centrales, etc. durante la presente crisis.

Entendemos que entre los líderes de las organizaciones que cargarán sobre sus hombros el peso de la recuperación económica (sector profesional, político, bancario, empresarial, etc.) existe la urgencia por encontrar respuesta a dudas como ¿qué vamos a hacer?, ¿quién nos va a guiar?, ¿qué apoyo nos van a dar?; sin embargo, para encontrar respuestas lo mejor es

“...la clave para no caer en la trampa del miedo yace en obtener y generar la información correcta; con ello, es posible controlar los niveles de temor y proceder a la acción.”

conocer y aceptar primero la realidad. Es fundamental interiorizar el hecho de que la situación global generada por el COVID-19 nos supera a todos, individualmente y como comunidad empresarial, por lo que debemos dejar la lucha sanitaria en manos de los

expertos y enfocarnos nosotros en estabilizar nuestras empresas y la economía. Asimismo, debemos ser conscientes de que, como empresarios, no tenemos poder para eliminar el COVID-19 y sus impactos, pero, con las medidas sanitarias adecuadas, sí podemos mitigar sus efectos en nuestra empresa, nuestros clientes y nuestros colaboradores. De la misma forma, es hora de aceptar que no podemos evitar las cuarentenas, ni las restricciones sanitarias, pero sí podemos rediseñar nuestro modelo de negocios para continuar operando bajo las nuevas circunstancias del mercado. Y, ciertamente, tampoco podemos evitar que nuestro país o industria se vean golpeados, pero sí podemos sentarnos con colegas y colaboradores para buscar respuestas y soluciones.

Cuanto más conscientes estemos los líderes empresariales y capitanes de la industria de lo que no podemos controlar, más conocimiento ganaremos con respecto al camino que debemos tomar y las acciones que hemos de implementar, reduciendo así la posibilidad de caer en la trampa del miedo. Con información y la aceptación de la realidad, llega la claridad. De la misma forma, es importante aceptar tres hechos irrefuta-

blemente ciertos: primero, que la situación global generada por el COVID-19 nos supera a todos, individualmente y como comunidad empresarial, por lo que debemos dejar la lucha sanitaria en manos de los expertos y enfocarnos nosotros en estabilizar nuestras empresas y la economía. Asimismo, debemos ser conscientes de que, como empresarios, no tenemos poder para eliminar el COVID-19 y sus impactos, pero, con las medidas sanitarias adecuadas, sí podemos mitigar sus efectos en nuestra empresa, nuestros clientes y nuestros colaboradores. De la misma forma, es hora de aceptar que no podemos evitar las cuarentenas, ni las restricciones sanitarias, pero sí podemos rediseñar nuestro modelo de negocios para continuar operando bajo las nuevas circunstancias del mercado. Y, ciertamente, tampoco podemos evitar que nuestro país o industria se vean golpeados, pero sí podemos sentarnos con colegas y colaboradores para buscar respuestas y soluciones.





bles: 1) No podemos volver el tiempo atrás, la realidad que un día fue y los planes de vida personal y empresarial que alguna vez tuvimos han sido permanentemente alterados. Mas no por ello el nuevo futuro será menos atractivo o positivo que el anterior. 2) Todos los empresarios y emprendedores estamos en el mismo barco. Nuestros competidores están en la misma o similar situación que nosotros. 3) A pesar de que todos partiremos de la misma línea cuando se reactive la economía, quienes se hayan liberado de sus temores y preparado para competir bajo las nuevas condiciones de mercado tendrán la ventaja durante la etapa de recuperación.

Los estadounidenses dicen que “la velocidad está en función de la claridad”, lo que para el sector empresarial implica que cuanto más claro tengamos el panorama que vamos a enfrentar, más pronto podremos implementar las medidas correctas para lidiar con la crisis, y mayor será la velocidad con la cual nos vamos a recuperar. Como lo hemos visto anteriormente, la primera fuente de claridad es la aceptación de lo que podemos y no podemos controlar; sin embargo, debemos complementar esa fuente con información específica acerca de nuestra empresa, industria, mercado y de los cambios en los fundamentales de mercado que nos afectan, así como de nuestro propio estado mental y emocional.

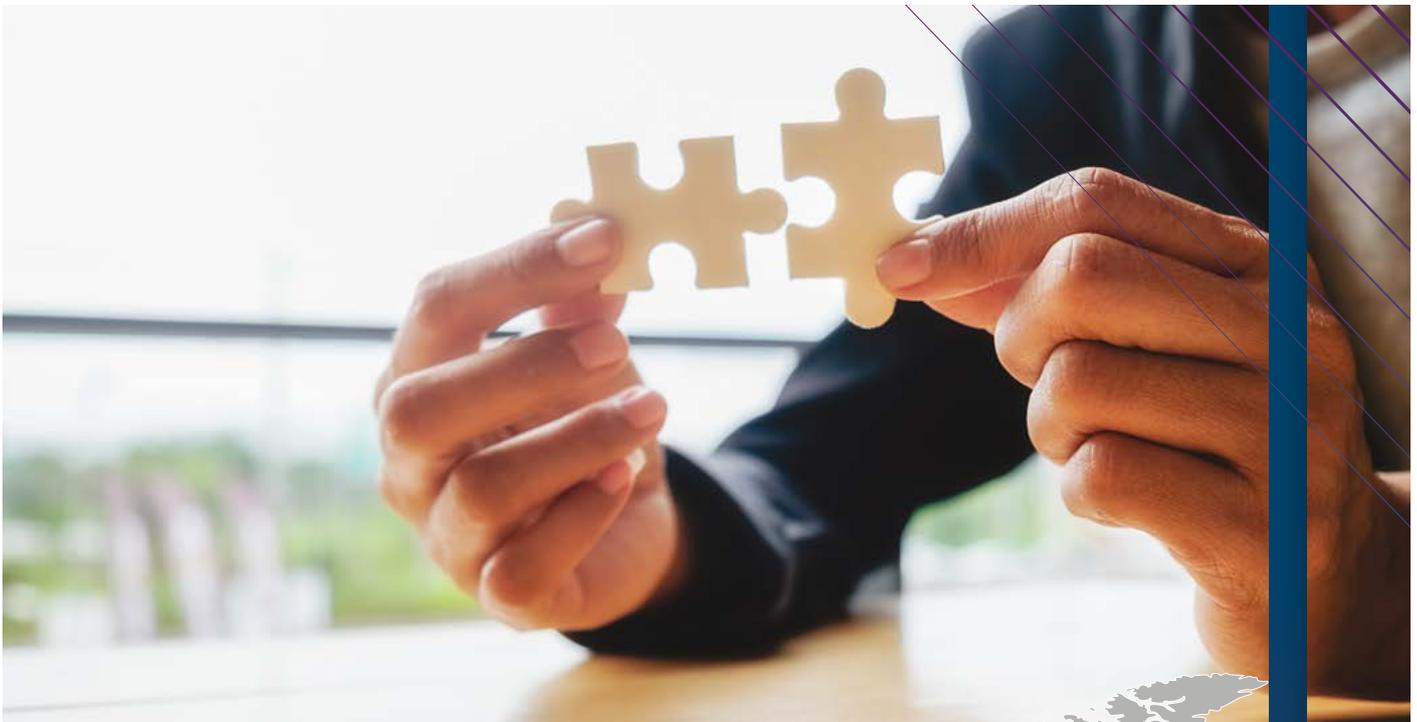
Finalmente, debemos tener presente que la naturaleza del empresario está en la acción continua, en tomar decisiones, acciones y riesgos que la mayoría de la población no estaría dispuesta a tomar. Si la información sobre la que los líderes de mercado actúan no es la correcta, si sus emociones no están balanceadas, los resultados para sus empresas y comunidades podrían ser catastróficos. El empresario, por pequeño que sea su emprendimiento, es un líder de la comunidad, pues siempre habrá un grupo de personas que confíen y se guíen por su consejo y acciones. Si esto lo ampliamos al efecto que tienen los grandes líderes de negocios en cada país, es posible concluir que un sector empresarial emocionalmente sólido puede estabilizar la crisis económica y generar

“...cuando se reactive la economía, quienes se hayan liberado de sus temores y preparado para competir bajo las nuevas condiciones de mercado tendrán la ventaja durante la etapa de recuperación. ..”

confianza con mayor velocidad que un sector empresarial en pánico y entregado a sus temores.

Deseamos finalizar este tema con tres humildes recomendaciones, provenientes de la experiencia. 1) Si usted siente que el miedo o el temor, están





Servicios y Oportunidades Post COVID-19

El Programa Internacional 100% Carbon Neutral® se complace en anunciar el lanzamiento de su nueva línea de servicios de medición, neutralización de huella y declaratoria internacional de carbono neutralidad; cuyo objetivo es aumentar la competitividad de las empresas latinoamericanas en la era post Covid-19.

Declaratorias Internacionales:

1. Empresa 100% Carbon Neutral®
2. Evento 100% Carbon Neutral®
3. Proyecto Inmobiliario 100% Carbon Neutral®
4. Proyectos Internacionales de Desarrollo 100% Carbon Neutral®
5. Obra Pública 100% Carbon Neutral®
6. Flotilla 100% Carbon Neutral®
7. Inventarios 100% Carbon Neutral®
8. Declaratoria de huella GEI
9. Servicios especializados

Para más información visítenos [AQUI](#)

Oportunidades de Desarrollo:

El programa ofrece oportunidades de desarrollo para firmas y profesionales independientes a través de:

1. Representaciones internacionales
2. Alianzas estratégicas y comerciales
3. Apoyo a Consultores Internacionales

Para más información visítenos [AQUI](#)





tomando control de su vida, no lo viva en silencio. Busque una caja de resonancia, una o varias personas de confianza, con quienes compartir y comunicarse, gente que le permita ir generando la claridad que usted necesita para salir de esa trampa. 2) Si usted ya ha encontrado la claridad, y ha salido de la etapa del temor o evitó caer en ella, sea generoso y solidario con aquellos que aún se enfrentan a dicho desafío. Recuerde que para salir de una crisis de esta magnitud vamos a requerir del esfuerzo de todos, en la misma dirección. 3) No se olvide de que, en esta crisis, para cientos de miles de hermanos latinoamericanos sacar tiempo para sentarse a lidiar con sus temores no es una opción, pues en sus hogares hay hambre y desolación. En la medida de sus posibilidades, tiéndales la mano a quienes en esta crisis lo han perdido todo, no solo porque esto les dará un mayor propósito a sus esfuerzos por recuperar su propia empresa y fortalecerá su esperanza en el futuro, sino porque Dios,

cualquiera que sea su fe o idea de él, sabrá recompensar la generosidad de su corazón.

Por último, deseamos compartir con ustedes la conocida letanía contra el miedo de Frank Herbert:

“No conoceré el miedo.

El miedo mata la mente.

El miedo es el pequeño mal que conduce a la destrucción total.

Afrontaré mi miedo.

Permitiré que pase sobre mí y a través de mí.

Y cuando haya pasado, giraré mi ojo interior para escrutar su camino.

Allí por donde mi miedo haya pasado ya no quedará nada, sólo estaré yo”.

Visite nuestras Redes Sociales



Revista Planeta
Carbono Neutro



También nuestra Página Web
www.100carbonneutral.com



Noticias

Sostenibilidad Latinoamericana

Con nuevos brillos, El Salvador se levanta como gigante en energía solar con apoyo de BID Invest

El Salvador: Sin lugar a dudas las energías renovables jugarán papel protagonista en la recuperación post Covid-19 y en El Salvador lo saben. Con apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo avanza un importante proyecto para inyectar más energía solar.

Será el primer parque industrial en El Salvador que reciba abastecimiento de energía solar de forma ininterrumpida y contribuirá a atenuar la emisión... [VER ARTICULO COMPLETO](#)

Energía solar México: BID Invest acelerará despliegue de 2mil 500 proyectos de techos solares residenciales

México: ENERGIA LIMPIA XXI. Hoy más que nunca las alianzas y nuevas estrategias de financiamiento juegan un rol clave el desarrollo de las energías renovables en México. BID Invest, miembro del Grupo BID... [VER ARTICULO COMPLETO](#)

Ministra de Ambiente: "Infraestructura sostenible genera más empleo que los combustibles fósiles"

Costa Rica: Una serie de grandes retos se cierne sobre la espalda de Andrea Meza, recién designada Ministra de Ambiente, muchos de ellos con rechazo popular y cuestionamientos al Gobierno.

Crucitas, la exploración petrolera, el tren eléctrico y la descarbonización, son discusiones que han madurado amargamente por la pandemia del Covid-19 y que deben atenderse desde la cartera que ahora Meza dirige... [VER ARTICULO COMPLETO](#)

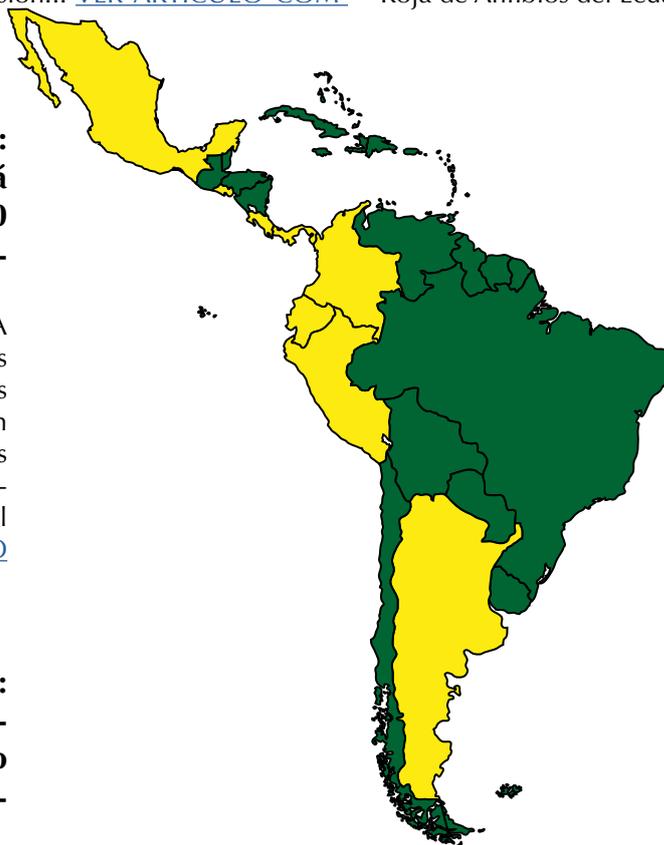
Colombia es uno de los países en mayor riesgo por el cambio climático

Colombia: En el encuentro del Fondo Verde para el Clima que se realiza en la Asamblea de las Naciones Unidas, el presidente Iván Duque aseguró que Colombia es uno de los países más amenazados por los efectos del cambio climático y por esta razón quiere liderar acciones que apunten a la protección del medioambiente... [VER ARTICULO COMPLETO](#)

83 especies de anfibios están en estado crítico en Ecuador

Ecuador: De las 630 especies de anfibios reconocidas en Ecuador, 83 se encuentran en la categoría de Estado Crítico, 149 En Peligro, 129 en la categoría Vulnerable, 76 como Casi Amenazadas, 25 en la categoría de Datos Insuficientes y 168 en la categoría de Preocupación Menor.

Estos fueron los resultados de la actualización de la Lista Roja de Anfibios del Ecuador realizada por 30 herpetólogos representantes del Ministerio del Ambiente y Agua (MAAE), el Instituto Nacional de Biodiversidad, academia y Organizaciones No Gubernamentales... [VER ARTICULO COMPLETO](#)



Canal de Panamá, amenazado por el cambio climático, busca agua para garantizar su operación

Panamá: La Administración del Canal de Panamá (ACP) inyectará a la vía interoceánica 1,4 millones de metros cúbicos adicionales de agua para garantizar su operatividad, amenazada por el cambio climático, anunciaron este martes 8 de septiembre del 2020 directivos de la ruta... [VER ARTICULO COMPLETO](#)

Territorios del Perú pueden a ayudar a revertir crisis climática y pérdida de biodiversidad en el mundo

Perú: Cómo mitigar los impactos del cambio climático y qué territorios son esenciales para revertir la pérdida de la biodiversidad? Estas preguntas son el punto de partida de un informe científico publicado el último viernes en la revista especializada Science Advances, que identifica las áreas del planeta que serán claves para la biodiversidad y la resiliencia climática... [VER ARTICULO COMPLETO](#)

'El covid-19 es un juego de niños frente al cambio climático'

Argentina: Desde que en 2014 un documental de la BBC lo bautizó 'el Batman mexicano', Rodrigo Medellín lleva con dignidad un mote que podría resultar menos universitario que risueño. Pero el multipremiado académico del Instituto de Ecología de la Universidad Nacional Autónoma de México no solo es un apasionado estudioso de cada una de las más de 1.300 especies existentes de murciélagos... [VER ARTICULO COMPLETO](#)



Planificación en tiempos de crisis

“En momentos en los que la realidad económica y de mercado han cambiado tan drásticamente, se hace fundamental que las empresas de todo el continente revisen sus planes estratégicos...”



Este es el momento en que los empresarios de la región deben sacudirse del shock de los últimos meses, y entregarse de lleno a planear el futuro de sus empresas. Las organizaciones que han tenido la suerte y oportunidad de sobrevivir a la crisis encontrarán en el análisis de mercado, y la planificación, las mejores armas para asegurar no solo su continua supervivencia, sino también su viabilidad y sostenibilidad en el mediano y largo plazo. Este proceso incluye tanto la implementación de estrategias de corto plazo, para sobrevivir, como el diseño de las estrategias de mediano plazo que les permitirán a las empresas adaptarse y ser más competitivas a la luz de las nuevas condiciones del mercado.

A raíz de la crisis provocada por el COVID-19, los mercados latinoamericanos se han visto profundamente afectados. Según lo señala el informe especial COVID-19 No 5 de la CEPAL, “la región evidenciará una caída del producto interno bruto (PIB) de -9,1% en 2020, con disminuciones de -9,4% en América del Sur, -8,4% en América Central y México y -7,9% para el Caribe”, asimismo, según el Observatorio Laboral COVID-19 del Banco Interamericano de Desarrollo, entre febrero y julio del 2020, la región perdió 23,9 millones de puestos de trabajo, lo que representa un 12,5 % del empleo total. En momentos en los que la realidad económica y de mercado han cambiado tan drásticamente, se hace fundamental que las empresas de todo el continente revisen sus planes estratégicos. Hoy más que nunca la planificación es fundamental, tanto para enfrentar el aquí y ahora como la recuperación que se avecina.

Los cambios y ajustes en las estrategias empresariales no pueden esperar, especialmente en empresas ubicadas en países donde la economía ya se empieza a abrir. Dar tiempo a que la pandemia haya pasado para empezar a actuar y planificar para la nueva normalidad es un error estratégico. El empresario que decida esperar a que la tormenta pase para hacer los ajustes necesarios a su organización, les estará dando oportunidad a sus competidores directos de sacudirse del golpe recibido (planificando y mejorando sus capacidades para competir) y, con ello, la posibilidad de adelantarse en la carrera por la supervivencia y el logro de un posicionamiento dominante en el nuevo mercado que nos espera a todos.

La planificación requerida en estos momentos demanda un análisis detenido de la realidad actual y esperada,



con especial enfoque en el seguimiento al mercado local, y a los mercados de referencia del país donde se encuentra la empresa, así como a las tendencias que se han manifestado o acelerado producto de la crisis del

“...Dar tiempo a que la pandemia haya pasado para empezar a actuar y planificar para la nueva normalidad es un error estratégico”

COVID-19 (teletrabajo, digitalización, sostenibilidad, etc.). Asimismo, en un mundo globalizado, es fundamental poner atención a las decisiones que están tomando y los planes que están implementando las naciones del G-20, los organismos financieros internacionales y las entidades geopolíticas que dictarán la dirección que tomará la recuperación de la economía mundial.

Panorama de mercado

Las condiciones de mercado a las que se enfrentan las empresas en la actualidad pueden estar enfocadas desde dos puntos de vista: pueden considerarse como una amenaza constante para

la supervivencia de la organización, o puede vérselas como la oportunidad de aprovechar una coyuntura inesperada para separarse de la competencia y prosperar. A sabiendas de que todas las empresas de la región están en el mismo barco, la posición que asuma el empresario determinará si puede aprovechar, o no, las oportunidades generadas por los cambios fundamentales más importantes del mercado, entre los que destacan:

1. Gasto e inversión: es indudable que la confianza empresarial ha disminuido drásticamente en toda la región, aún en las economías que ya se están abriendo, lo que ha llevado a recortes de gastos, cancelación de proyectos e inversiones y a una mayor aversión al riesgo. Justificado o no, lo anterior ha generado un alto nivel de desempleo y afectará el crecimiento de las economías en el muy corto plazo. Este es, si se quiere, el efecto inmediato y más visible de la crisis económica provocada por el COVID-19, y es el que más ha afectado a los empresarios y hogares de la región. Eventualmente, cuando el mercado encuentre su nuevo

Únase **AQUÍ** a los más de 50.000 empresarios y profesionales que ya son miembros de nuestros Programas de Extensión en toda América Latina.



Sea Parte del Cambio.



rumbo, la confianza empresarial retornará y, con ello, las inversiones y el gasto; sin embargo, estos serán canalizados hacia rubros planes y proyectos, nuevos y diferentes, con el objetivo de aprovechar las tendencias y oportunidades generadas por la crisis.

2. Consumo: el consumo de bienes y servicios básicos aún se mantiene. Sin embargo, el encierro ha afectado no solo los patrones de consumo de la población, sino que también está transformando sus estilos de vida y comportamiento como consumidores, así como la valoración que realizan con respecto a sus necesidades



reales y al impacto de sus decisiones de consumo. Una vez finalizada la pandemia, la demanda habrá sido transformada, se espera que el consumidor vaya a ser más consciente de sus necesidades reales, así como de las necesidades del ambiente y de su comunidad, demandando un comportamiento similar de empresas y gobiernos. Este cambio se consolidará, una vez que la economía haya recuperado los empleos perdidos y el poder de consumo de los millennials y Gen Z se consolide. En general, va a ser un consumidor y un tipo de consumo muy diferente al que dejamos atrás.

3. Modelo económico: el COVID-19 como evento de mercado es una experiencia a la que ningún gobierno en el mundo está dispuesto a volver a enfrentar, de allí que el consenso entre las naciones del G-20, la Unión Europea, los países de la

región, las grandes multinacionales y los bancos y organismos financieros y de desarrollo internacional que financiarán la recuperación es que la reactivación de la economía será verde. Ello implica decir que se acerca un esfuerzo mundial para mover las economías hacia modelos sostenibles y bajos en carbono, lo que forzará a los empresarios que deseen prosperar en este nuevo ambiente a replantear la sostenibilidad ambiental de sus empresas y gestionar la huella de carbono de sus operaciones. Si bien, no ha sido foco de

“...la oportunidad se presenta para que la innovación le permita al empresario crear un mejor modelo de negocio para su organización, una versión de empresa más apetecible para el mercado...”

atención a causa del coronavirus, la crisis climática se sigue agravando, y este año ha aumentado o provocado grandes desastres ambientales en todo el mundo (sequías, tifones y huracanes, mega incendios forestales, inundaciones, olas de calor, etc.), a un costo de miles de vidas y miles de millones de dólares. Si a esto se le aúna el peligro de que el cambio climático sea la causa de subsecuentes pandemias, es lógico pensar que el camino más obvio y seguro para la humanidad es aprovechar las inversiones requeridas para reactivar la economía mundial y corregir las deficiencias del actual modelo económico.

Planificando para el futuro

De forma adicional al cambio en los fundamentales del mercado, cada empresa enfrenta desafíos propios de su país e industria, los cuales también deben ser analizados con atención para poder planificar las estrategias requeridas para enfrentar lo que los analistas han denominado “la nueva normalidad”. Para ello, es necesario realizar un análisis concienzudo de la realidad de la organización versus la realidad del mercado, con el objetivo de responder a las preguntas: 1) ¿cuáles son





En momentos de gran incertidumbre para el mercado, el Programa Internacional 100% Carbon Neutral® ha decidido apoyar a aquellas empresas proveedoras del Estado costarricense, que permanezcan comprometidas con el medio ambiente durante la crisis, ofreciéndoles la oportunidad de mejorar su capacidad para competir con éxito en concursos y licitaciones mediante la obtención de su Declaratoria Internacional de Carbono Neutralidad.

Por lo tanto:

El Programa Internacional 100% Carbon Neutral® ofrece¹ a las empresas que dependan para su supervivencia, o estabilidad durante la crisis, del éxito en concursos y licitaciones, la oportunidad de poder demostrar su compromiso ambiental delante de los compradores del Estado costarricense:

- Obtenga la Declaratoria Internacional de Carbono Neutralidad para el periodo 2020-2021. 50% de descuento sobre el costo de honorarios².
- Demuestre su desempeño ambiental en concursos y licitaciones.
- Maximice la calificación final para su oferta.
- Aumente su competitividad y potencie sus ventas.
- Mejore su posicionamiento delante de los consumidores y el mercado.
- Reduzca el desperdicio e incremente su productividad.

Oferta exclusiva para:

- Proveedores del estado costarricense.
- Empresas de 25 a 499 colaboradores, y compromiso ambiental demostrable.
- La empresa debe contratar el servicio de carbono neutralidad permanente³ durante un periodo de 24 meses. Asegurando así su competitividad en licitaciones y concursos por un plazo de 3 años.

Los interesados deben escribir a info@100carbonneutral.com o llamar al (506) 2228 9696, de lunes a jueves, de 8am a 5pm.

¹ *Aplican restricciones.*

² *El descuento no aplica al costo de los certificados de carbono requeridos para la neutralización de la huella GEI.*

³ *Incluye mediciones mensuales de Huella GEI, y declaratoria anual de carbono neutralidad.*

Oferta por tiempo limitado hasta el 15 de noviembre 2020



las debilidades propias y amenazas externas que más están afectando a la empresa?, y 2) ¿qué oportunidades están surgiendo durante la crisis y cómo debe ser fortalecida la empresa para aprovecharlas? Entre las áreas que se recomienda analizar y planificar se encuentran:

1. Comunicación: con los clientes y el mercado, informando no solo de las medidas que ha tomado la organización para servir a sus clientes con mayor seguridad, sino también las nuevas facilidades y avances que haya implementado para mejorar su producto o servicio y, por supuesto, de toda actividad de RSE que se haya implementado para ayudar a la comunidad en tiempos de crisis, así como otras noticias que le permitan a la organización ser visible y mantenerse vigente en la mente de los consumidores.

2. Modelo de negocio: algunos lo llaman reinventarse. Si bien, este puede no ser el momento adecuado para grandes inversiones, la oportunidad se presenta para que la innovación le

permita al empresario crear un mejor modelo de negocio para su organización, una versión de empresa más apetecible para el mercado, lo que

“...La realidad es que aún no sabemos qué tan grande va a ser el golpe final para la economía, de lo único de lo que podemos estar seguros es que quienes no se preparen tienen una mayor probabilidad de sucumbir...”

le permitirá no solo satisfacer las demandas de consumidores (nuevos y existentes), sino también lograr mayores niveles de eficiencia y, de paso, ajustarse al cambio en los fundamentales de mercado.

3. Manejo de clientes: se refiere a la implementación de estrategias de negocios que permitan conservar la base de clientes existentes sin debilitar a la organización. Este tema es fundamental para las empresas B2B, pero también alcanza a aquellas que llegan al consumidor masivo. La actividad incluye el análisis de los cambios en los estilos de vida y tenden-

Programa Internacional para Agentes de Cambio

Agentes de Cambio es un programa de 100% Carbon Neutral® para la formación de líderes de negocios, con consciencia y conocimiento ambiental, que puedan, a través de la adquisición de conocimiento y desde su rol en la comunidad, hacer la diferencia en la industria y el comercio de nuestro continente.

Las personas que se registren en este programa recibirán capacitación en temas y estrategias de sostenibilidad y carbono neutralidad, a través de los siguientes medios:

1. Boletín mensual de transferencia de conocimientos, exclusivo para los miembros del programa.
2. Suscripción trimestral a la revista Planeta Carbono Neutro.
3. Charlas, seminarios y conversatorios, exclusivos para los miembros del programa.
4. Sesiones de consultas y asesoría en línea para los Agentes de Cambio encargados de los procesos de carbono neutralidad de sus empresas u organizaciones.

Los interesados pueden inscribirse [AQUÍ](#).





cias de consumo durante la crisis, así como de los cambios esperados post pandemia.

4. Equipo de trabajo: incluye todas las medidas que deben ser implementadas para manejar el estado anímico de los colaboradores, brindándoles el acompañamiento y confianza necesaria para que sigan gestionando la empresa con eficiencia. Este tema incluye ser transparente, con respecto al estado de la organización, los desafíos actuales o que se avecinan, y las medidas que se están tomando para lograr que la empresa sobreviva y prospere a pesar de la crisis.

5. Recursos: implica gestionar eficientemente los recursos de la organización, particularmente el flujo de efectivo, posponiendo los proyectos que no aporten a la competitividad inmediata de la empresa, dándoles prioridad a aquellas inversiones que van a aportar al logro de una mejor competitividad de mercado en el corto y mediano plazo. Esta actividad incluye un análisis de consciencia tendiente a eliminar el desperdicio, los gastos realmente innecesarios y, en general, todo aquel lastre que afecte la capacidad de supervivencia de la organización. Por su parte, los gastos e inversiones que hacen a la empresa competitiva o mejoran su competitividad deben mantenerse a toda costa.

6. Proveedores: las empresas deben revisar el estado y sostenibilidad de sus cadenas de suministro durante y post pandemia, buscando asegurar y reconsolidar las relaciones con los proveedores y terceros interesados (asociados, bancos, etc.) de mayor valor estratégico, pues va a necesitar de ellos tanto durante los momentos actuales de crisis como en los esfuerzos

por volver a consolidar a la empresa durante la etapa de recuperación económica que se avecina.

7. Oportunidades – Sector gobierno y mercado: toda crisis trae consigo nuevas oportunidades para quienes están atentos y preparados. Tomando en cuenta que en nuestros países el mayor comprador es el Estado y es este quien tiene a su cargo dirigir la reactivación de la economía, es importante mantener un ojo vigilante a las decisiones de gobierno y a sus políticas de reactivación. En aquellos países en donde existen programas de compras públicas sustentables las empresas deben invertir en generar las ventajas competitivas que les permitan participar con éxito en concursos y licitaciones (desempeño ambiental y social), ya que el sector público será uno de los pocos compradores estables durante los próximos dos años. Las oportunidades también van a surgir producto de las políticas de recuperación verde implementadas en Europa y Asia que permearán a toda la región, así como por las inversiones realizadas por los organismos internacionales con interés en reactivar la economía del continente, y producto de los cambios en los fundamentales de mercado mencionados con anterioridad.

De más está decir que los planes que surjan de este ejercicio no deben escribirse en piedra, ya que la crisis sanitaria aún no pasa y la incertidumbre persistirá hasta que la población no haya retornado a sus actividades cotidianas con plena libertad (estudio, trabajo, entretenimiento, etc.). La realidad es que aún no sabemos qué tan grande va a ser el golpe final para la economía, de lo único de lo que podemos estar seguros es que quienes no se preparen tienen una mayor probabilidad de sucumbir, mientras que quienes se preparen y estén listos para ajustar sus planes y capacidades en el momento que se requiera son los que tienen la mayor posibilidad de sobrevivir y prosperar bajo esta nueva realidad.



Noticias

Mundo Empresarial

Uber invertirá 678 millones en reducir a cero sus emisiones en 2040

La compañía de transporte y movilidad Uber se ha comprometido a invertir 800 millones de dólares (678 millones de euros) en recursos para ayudar a sus conductores a afrontar los costes de cambiar a un vehículo eléctrico o híbrido y así lograr reducir sus emisiones a cero para 2040.

Según ha explicado el consejero delegado de la empresa, Dara Khosrowshahi, Uber es consciente de que tiene que “hacer más” y que hacerlo “mejor” para reducir el impacto medioambiental de sus viajes y transformar el ecosistema de las ciudades... [VER ARTICULO COMPLETO](#)

Grandes empresas en México apuestan por energía solar, eólica y transporte eléctrico

El camino a la recuperación en la era post Covid-19 sin lugar a dudas luce más verde, menos contaminante y mucho más eficiente. En México Iberdrola suministra 105 MW de energía eólica a farmaceutica alemana Bayer... [VER ARTICULO COMPLETO](#)

Nestlé intensifica sus acciones para desarrollar envases sustentables

La compañía anunció una serie de nuevas iniciativas, en diferentes países, que incluyen una inversión de 30 millones de dólares para aumentar los plásticos reciclados de grado alimenticio, un sistema recargable para alimentos para mascotas y el primer envase de papel reciclable para cubos de caldo... [VER ARTICULO COMPLETO](#)

AB InBev Chile acelera inversión en transporte eco amigable

AB InBev Chile acelera inversión en transporte eco amigable: tendrá la primera flota de camiones de la región a GNL

La movilidad sostenible, creativa y menos ruidosa, esta acelerando su paso en América Latina, firmas líderes han redoblado sus inversiones para hacer el sueño realidad. No es el futuro es el presente...[VER ARTICULO COMPLETO](#)

La Sostenibilidad será clave en la recuperación económica de Coca-Cola

Para hacer frente a los efectos generados por la crisis de la COVID-19, desde Coca-Cola European Partners han puesto en marcha una serie de medidas de recuperación para el segundo semestre de 2020 que garanticen el crecimiento del negocio. Las mismas se enfocan principalmente en una agenda aún más sostenible y digital. Reforzando la determinación de la empresa de construir un futuro mejor para todas las personas y el medioambiente...[VER ARTICULO COMPLETO](#)

Unilever es reconocida como empresa líder en sostenibilidad

Según la última encuesta de GlobeScan-SustainAbility, expertos mundiales han clasificado a Unilever como la empresa Nº 1 en liderazgo en sostenibilidad corporativa por décimo año consecutivo. Esta encuesta recoge las opiniones de expertos de empresas, gobiernos, ONG y el mundo académico sobre el tema...[VER ARTICULO COMPLETO](#)

Walmart gira hacia la economía regenerativa

Durante la Semana del Clima de Nueva York, Walmart anunció que pasará de la gestión de la sostenibilidad hacia la construcción de una empresa “regenerativa”.

Hace quince años, Walmart lanzaba su estrategia de sostenibilidad global con metas para lograr un 100% de energía renovable, cero residuos y una cadena de suministro más sostenible. ...[VER ARTICULO COMPLETO](#)

Google es la primera gran empresa en eliminar su huella de carbono neta

La empresa manifestó que, en medio de la crisis ambiental que vive el planeta actualmente por las emisiones de gases de efecto invernadero, se ha planteado eliminar todo su legado de carbono a partir de este momento.

En consecuencia, a partir de ahora, Google empezará a operar con energía libre de carbono “24 horas al día, siete días a la semana”, en todos sus centros de datos y campus en el mundo...[VER ARTICULO COMPLETO](#)



Dejando ir el pasado

“...el COVID-19 nos ha robado una parte clave de nuestras vidas, la estabilidad y nos ha arrebatado la normalidad que daba estructura a nuestros días, a nuestra existencia y alimentaba nuestros sueños...”



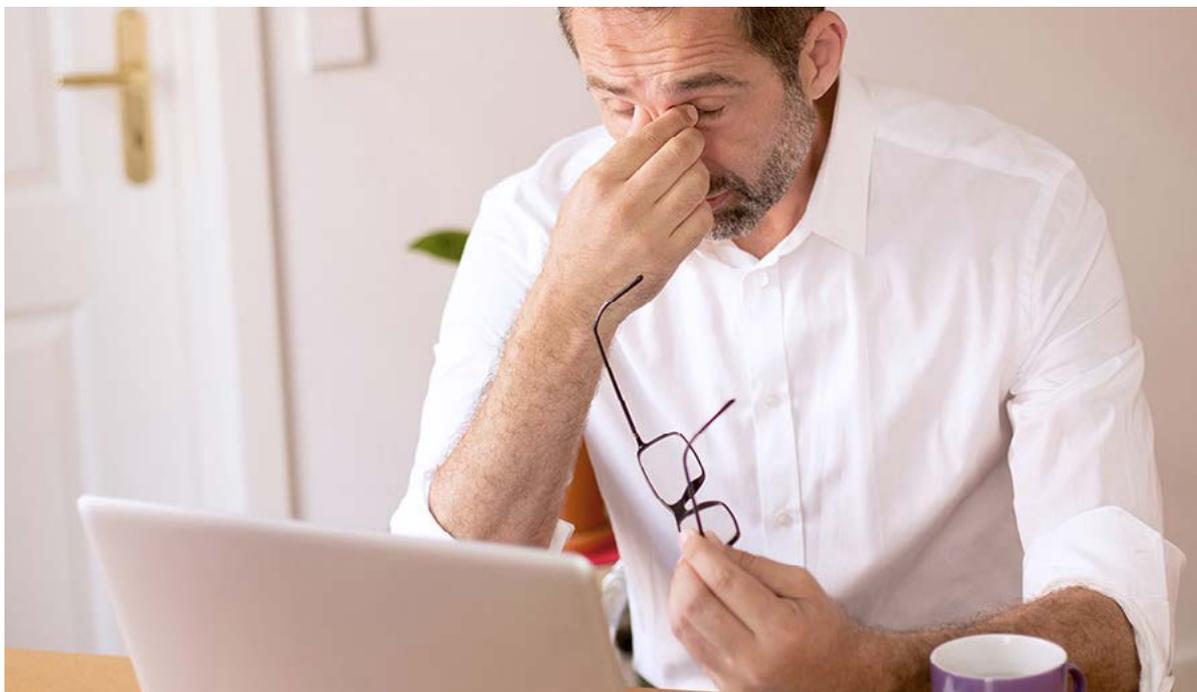
Antes del COVID-19, todos teníamos una vida personal, social, familiar, profesional y de negocios, estructurada de acuerdo con nuestras necesidades y posibilidades y a la que, buena o no, estábamos apegados. Muchos son los impactos de la crisis que han incidido para que los latinos perdámos la estabilidad, por ejemplo: 1) Pérdida del empleo, 2) Pérdida de la casa y/o familia, 3) Pérdida de un ser querido, 4) Pérdida de conexión y vida social, 5) Pérdida de oportunidades de estudio y ascenso laboral, 6) Pérdida de libertades de tránsito y asociación y reunión, 7) Pérdida de ingresos ahorros e inversiones, 8) Pérdida del sentido de seguridad, 9) Pérdida de la autoestima y confianza, 10) Pérdida de control y estabilidad emocional, 11) Pérdida de oportunidades empresariales y de negocios, 12) Pérdida de “control” sobre nuestro destino, 13) Pérdida de fe y confianza en el futuro, 14) Pérdida de una empresa o emprendimiento. La tristeza perceptible en el ambiente no solamente es normal, sino que es consecuencia lógica de lo que hoy día experimentamos.

No es fácil... la situación definitivamente no es fácil... los desafíos que le esperan al sector empresarial latinoamericano son desconocidos para una generación de empresarios y emprendedores que nunca ha tenido que enfrentar una crisis mundial de la magnitud de la que actualmente vive el planeta. Adicionalmente, hay un cierto nivel de tristeza colectiva en el ambiente. La situación no es para menos, pues no solo miles de hermanos latinoamericanos han fallecido víctimas de la pandemia, sino que, de forma colectiva, el COVID-19 nos ha robado una parte clave de nuestras vidas, la estabilidad y nos ha arrebatado la normalidad que daba estructura a nuestros días, a nuestra existencia y alimentaba nuestros sueños. Así, la pandemia ha resultado una experiencia triste, estresante, llena de temores y ansiedad, no solo por la amenaza que representa para la salud, sino también por el impacto, en algunos casos irreversible, a la vida cotidiana y los planes de vida de muchos latinoamericanos y de sus familias.

“...el sector empresarial también enfrenta una realidad incierta, con el agravante de que la pérdida de la estabilidad y de lo conocido viene acompañada de tendencias y cambios de mercado para los que la mayoría de las empresas no están preparadas.”

El sentimiento de pérdida también permea a los emprendedores y empresarios, y ha impactado la forma en la que se toman sus decisiones. Esto es importante, pues el sector empresarial también enfrenta una realidad incierta, con el agravante de que la pérdida de la estabilidad y de lo conocido viene acompañada de tendencias y cambios de mercado para los que la mayoría de las empresas no están preparadas. La pérdida de estabilidad y confianza del sector empresarial afectan directamente a la sociedad, pues son las empresas las que generan empleo y pagan los salarios que representan el sustento de los hogares, las que





ofrecen oportunidades de progreso y crecimiento profesional, y las que generan oportunidades de inversión y negocios, todo lo cual les permite a trabajadores, profesionales, emprendedores y empresarios hacer y consolidar sus propios planes de crecimiento, progreso y desarrollo. En resumen, las pérdidas producidas por la pandemia las sufrimos y vivimos todos, cada uno desde su propia realidad.

Actitudes diversas

Ciertamente, aún hay muchos empresarios en shock por la nueva realidad que viven sus organizaciones. El hecho de que la crisis económica se haya desarrollado tan rápido y en la magnitud que se ha dado, aunado a que el esfuerzo empresarial de los últimos meses se ha enfocado en la supervivencia, no le ha permitido a la gran mayoría de los empresarios analizar el futuro y dejar ir el pasado. Por ello, es que aún se encuentran actitudes muy diversas entre los emprendedores y empresarios de la región, las que responden al estado de avance en el proceso de aceptación y evolución en que cada uno se encuentra.

Algunos empresarios aún se niegan a

aceptar la nueva realidad, negándose rotundamente a ajustar sus modelos y prácticas de negocios a la espera de que pronto las cosas vuelvan a la normalidad conocida. Entre tanto, otro sector del empresariado concentra su atención en encontrar a los culpables de esta calamidad. Hay quienes culpan a China, al gobierno de su país y aun a las autoridades sanitarias que luchan por evitar que la pandemia se extienda todavía más entre sus pobladores. Si bien es cierto, no todos los gobiernos han manejado la situación de la forma más eficiente y adecuada, la realidad es que producto de la globalización (la cual ha alimentado el crecimiento de nuestras economías en las últimas décadas), una vez que el coronavirus dejó las fronteras de China sin control alguno, en vuelos comerciales hacia todo el planeta, cualquier cosa podía suceder, y sucedió lo peor. La negación de lo sucedido y los sentimientos de enojo no van a hacer diferencia en la realidad que actualmente vivimos y hacen más difícil la experiencia para los empresarios y emprendedores que se apeguen a este tipo de actitudes, complicando, de paso, la toma de decisiones meditadas, así como la supervivencia de sus empresas y emprendimientos.



Igualmente, hay quienes aún intentan “negociar” la vuelta al pasado. El negociar este regreso implica hacerse ilusiones vanas de que con una u otra medida (propia o del gobierno) se puede revertir las pérdidas sufridas y volver los negocios a la normalidad, cosa que frecuentemente lleva a los emprendedores y empresarios a cometer errores estratégicos y, en algunos casos, catastróficos. Este tipo de negociación es lo que ha llevado a algunos propietarios de empresas a tomar decisiones como despedir personal clave y esencial para reducir costos de planilla, a cancelar los servicios sobre los que la empresa ha construido sus ventajas competitivas y esenciales, o a quitarle el apoyo a proveedores estratégicos, a la espera de que reducir gastos de forma drástica resuelva la situación. Todo lo cual termina por debilitar la eficiencia y competitividad de su organización. De la misma forma, hay quienes aún se encuentran haciendo recuento de los daños, de sus pérdidas (oportunidades, prosperidad,

dinero, colaboradores, etc.), apegados al dolor y tristeza que la experiencia les ha dejado, abatidos y frustrados de que, lo que algún día fue una empresa o emprendimiento sólido o en vías de éxito, en solo unos meses, se convirtió en la mayor fuente de sus frustraciones

“Aunque hoy no lo parezca, el mundo de los negocios continuará con o sin los empresarios actuales y la economía se recuperará con o sin las empresas y emprendimientos que están enfrentando esta crisis...”

y preocupaciones.

Este tipo de actitudes son propias y normales en el ser humano cuando se enfrenta a una pérdida dolorosa, como lo puede ser el fallecimiento de un ser querido, o la pérdida de una obra de vida. No pretendemos igualar dolores, es indiscutible que la pérdida de hermanos latinoamericanos producto del COVID-19 es irreparable y nos ha sumido a todos en la tristeza. No obstante, desde el punto de vista

Y USTED: ¿YA SE UNIÓ A LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO?

¡Prefiera los productos y servicios de empresas ambientalmente responsables!
¡certificadas!
(Orgánicos, sostenibles, carbono neutro)

Un mensaje de sus amigos de



del empresario que ve en peligro a su organización (particularmente del que es socialmente responsable), lo que está perdiendo es su obra de vida, su legado personal y social, la fuente de su autorrealización y el sustento de muchas familias, incluyendo la propia.

Más allá del pasado

No somos quienes para pretender que tenemos la receta para que los empresarios que aún están apegados a actitudes como la negación, el enojo, la negociación y la tristeza superen su estado de ánimo. El dejar ir el pasado es un proceso personal que depende de muchos factores psicológicos y sociales. Sin embargo, tarde o temprano, conforme avance la crisis estos propietarios de empresa empezarán a desapegarse de dichas actitudes y se unirán a los cientos de miles de emprendedores y empresarios que ya han superado la etapa de duelo empresarial, dejando ir el pasado y aceptando la nueva realidad y sus desafíos. Por eso es por lo que, durante la crisis, también hemos visto a empresarios solidarios que, a pesar de la incertidumbre actual, calladamente y confiando en los ajustes que han realizado en sus organizaciones, han sacado recursos de sus empresas para asistir a familias y comunidades en necesidad.

Aunque hoy no lo parezca, el mundo de los negocios continuará con o sin los empresarios actuales y la economía se recuperará con o sin las empresas y emprendimientos que están enfrentando esta crisis. Por ello, la mayor responsabilidad que tienen los emprendedores y empresarios para con sus empresas, colaboradores y familia, es superar los desafíos emocionales que aún puedan estar afectando sus decisiones, para así poder canalizar sus emociones hacia la construcción de un nuevo futuro.

El proceso no es fácil, pero es importante recordar que está en la naturale-



za del ser humano, en general, y del latinoamericano, en específico, el ser resilientes. Como pueblo, hemos sobrevivido a crisis globales de deuda externa, crisis inmobiliarias, crisis de moneda, dictaduras militares y gobiernos fallidos, así como a un sinnúmero de catástrofes naturales (terremotos,

huracanes, sequías, volcanes, etc.). Así que la pregunta no es si vamos a salir de esta crisis global, sino cuándo. Si bien, no tendremos la oportunidad de recuperarnos plenamente hasta que la pandemia esté controlada en todos nuestros países, por ahora, está en nuestras manos superar las emociones negativas que esta experiencia nos ha dejado y prepararnos nosotros y nuestras empresas, para que, llegado el momento, en lugar de caminar, podamos correr hacia un futuro mejor...”

Finalmente, los empresarios deben tener presente que, producto del agravamiento de la crisis climática, los eventos del tipo cisne negro son algo que deben seguirse considerando en los planes de su organización. A la fecha, el consenso es que, como consecuencia del cambio climático, el futuro continuará siendo incierto. Por ende, en los planes para el nuevo futuro, deben considerarse tanto las medidas que les permitan a las empresas enfrentar este tipo de eventos como los aportes de la organización a la lucha contra el cambio climático.





“100% Carbon Neutral tiene como propósito contribuir al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ofreciendo un Programa de Carbono Neutralidad de gran impacto social y ambiental, accesible a todo tipo de empresa y organizaciones”



En respeto a los Protocolos y estándares internacionales, en la compensación de la huella de carbono de sus clientes **100% Carbon Neutral®** utiliza únicamente créditos de carbono verificados y certificados por Gold Standard (Suiza), Plan Vivo (Escocia), VCS (USA), DNV (Noruega), ESI (USA), y debidamente registrados en Markit.



STIFTELSEN
DET NORSKE VERITAS



Los proyectos de captura de carbono seleccionados por **100% Carbon Neutral®** son patrocinados, o están bajo supervisión de los Asociados Internacionales; y han sido seleccionados por su impacto en el medio ambiente global, la protección y preservación de la biodiversidad, y por beneficiar a miles de familias en riesgo social de Latinoamérica y África; quienes se benefician (Salud, empleo, desarrollo, educación, etc.) de la operación de estos proyectos.

