



comunicación y marketing medio ambiental

**buenaplanta**®

planta





buenaplanta®

SECTOR VERDE.....	8
DESARROLLO RURAL .....	12
COMUNICACIÓN RESPONSABLE .....	16
- Responsabilidad Social Corporativa .....	18
· Plan Director de RSC .....	20
· Memoria de Sostenibilidad .....	20
· Plan de Comunicación de RSC.....	21
- Sensibilización, formación y actuación .....	22
· Educación ambiental.....	24
· Sensibilización de valores .....	24
· Voluntariado Corporativo .....	25
· Exposiciones y Centros de Interpretación .....	25
- Marketing con causa .....	26
- Marketing sostenible .....	28
· Eventos sostenibles .....	29
· Marketing Responsable .....	29
- Gestión y comunicación ambiental .....	30
· Formación y sensibilización a empleados en Políticas Medioambientales y de RSC.....	31
· Plan de comunicación ambiental .....	31
- Eco-marketing .....	32
· Marca y packaging .....	33
· Regalos ecológicos .....	33
- Una pequeña muestra .....	34
QUÉ NOS DISTINGUE.....	48
ALGUNAS BUENAS EXPERIENCIAS.....	50



El cuidado del medio ambiente preocupa a toda la sociedad. La falta de información veraz y objetiva en este campo es el mayor problema, dado que no se puede cuidar lo que no se ama y no se puede amar lo que no se conoce.

Conocerlo y saber comunicarlo es nuestra especialidad y nuestro cometido.

En Buenaplanta aunamos el conocimiento técnico y creativo en comunicación y marketing con la especialidad y experiencia ambiental, para presentar una oferta única de servicios globales para el marketing natural:

Sabemos de qué hablamos.

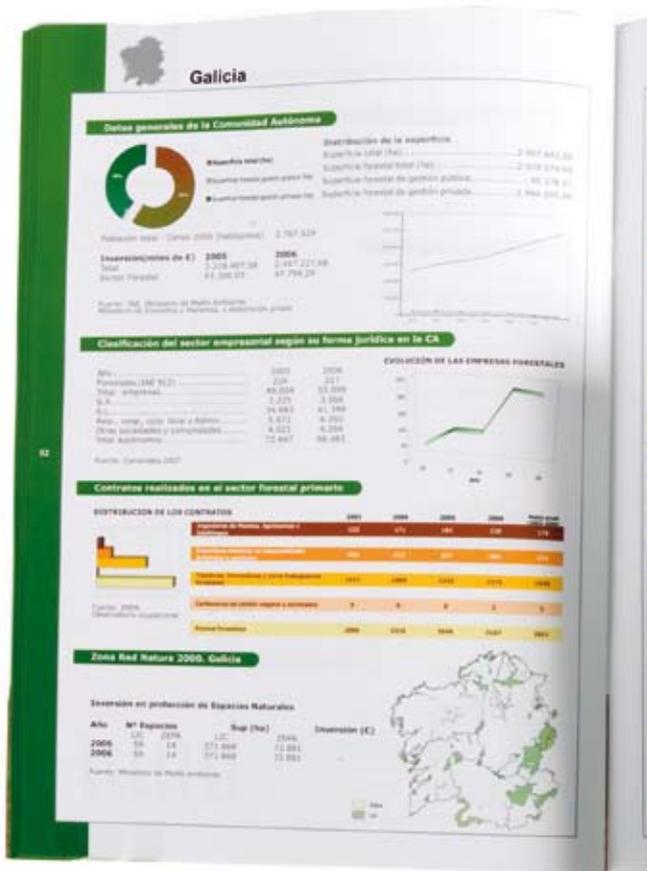
# Sector verde

Algunas empresas de comunicación sufren, a menudo, una falta de conocimiento profesional sobre el mercado medioambiental y la idiosincrasia del mismo. En Buenaplanta nos hemos especializado en prestar servicios integrales de comunicación y marketing a empresas e instituciones cuyas actividades están relacionadas con el medio ambiente:

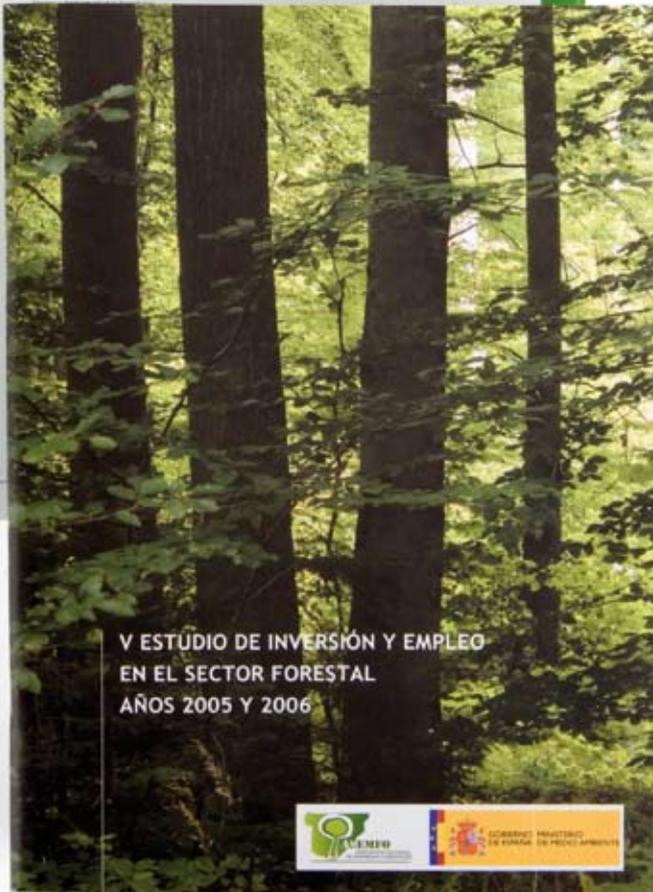
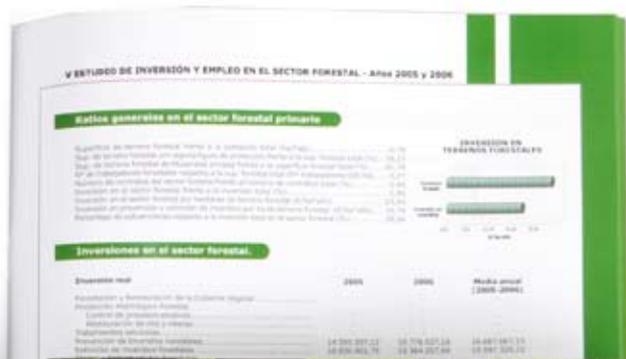
- Garden Center.
- Empresas de Restauración Vegetal.
- Viveros y Empresas Auxiliares.
- Ingeniería Ambiental y Energías Renovables.
- Administraciones públicas, Asociaciones y ONG's Ambientales.

Nuestros técnicos profesionales, con más de 20 años de experiencia en el sector medioambiental, garantizan un detallado conocimiento del mercado. Esta especialización la aplican a las diferentes acciones de comunicación que proponemos a nuestros clientes. Desde la creación de imagen corporativa hasta acciones de mobile marketing, pasando por la edición y comunicación de trabajos técnicos:





(1)



(3)



(2)

- Trabajo** | Estudio sobre inversión y empleo en el sector forestal - Recursos de las Administraciones Públicas para la extinción y prevención de Incendios Forestales.
- Cliente** | Asociación Nacional de Empresas Forestales (ASEMFO) - Ministerio de Medio Ambiente.
- Años** | 2006-2008.
- Briefing** |
  - Maquetar el estudio técnico realizado por la Asociación para una lectura amena y comprensiva.
  - Comunicar y divulgar los resultados para darle la mayor difusión entre Agentes Sectoriales y Administraciones Públicas.
  - Revalorizar la imagen de la Asociación ante el sector forestal y la sociedad en general.
  - Librito de 68 páginas en A4: diseño, maquetación, publicación y distribución (1).
- Piezas** |
  - Díptico resumen: contenido, diseño edición y distribución.
  - Página Web: diseño y programación de bbdd para actualización automática: [www.foresdat.es](http://www.foresdat.es) (2).
  - Comunicación: presentación en congreso internacional Wildfire 2007 y rueda de prensa en Ministerio (3).

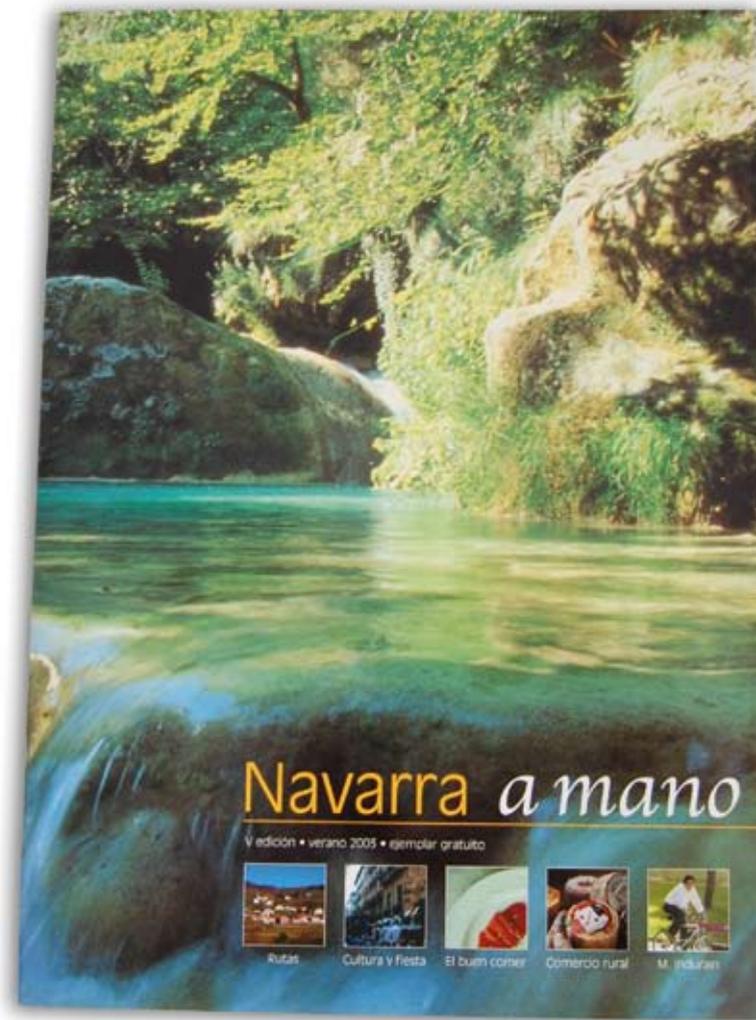
# Desarrollo Rural

Reducir las diferencias entre la vida rural y urbana significa darle las mismas oportunidades y calidad de servicio a aquellas personas y entidades comprometidas con el desarrollo sostenible del entorno rural. Conocer su problemática y ayudarles a posicionarse, en primera línea del mercado, es nuestra especialidad:

- Turismo rural
- Dinamización de microempresas rurales y artesanas
- Valorización y comercialización de la producción agrícola, pesquera y ganadera
- Agricultura ecológica
- Entidades locales y grupos de acción local

Nuestro trabajo en el medio natural nos ha permitido conocer de primera mano la realidad y las necesidades de la población rural. Aplicamos técnicas profesionales de la comunicación y el marketing con el fin de ayudar y fomentar el desarrollo local. Así, ayudamos a posicionar sus productos y servicios en el mercado nacional e internacional.





(2)



(1)

- Trabajo | Revista y anuncios Comercios a Mano.
- Cliente | Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra (CEIN).
- Años | 2003-2006.
- Briefing | Creación y maquetación de anuncios (1) y revista informativa (2) y cultural sobre Navarra y promocional de la marca Comercios a Mano.

# Comunicación Responsable

Ofrecemos a instituciones y empresas, de cualquier tamaño y sector, la opción de implantar, desarrollar y comunicar su compromiso social y medioambiental. Hacerlo de una forma eficaz y responsable se ha convertido en nuestro mayor valor:

- Responsabilidad Social Corporativa
- Sensibilización, formación y actuación
- Comunicación con causa
- Marketing sostenible
- Gestión y comunicación ambiental
- Eco-marketing



# Responsabilidad Social Corporativa

Las empresas no sólo tienen una función económica. También tienen una función y una responsabilidad social y ambiental. De ésta se deriva la obligación moral de revertir parte de sus beneficios a la sociedad, que les ha ayudado a generarlos. La empresa es una institución social y debe ejercer el poder económico y político de forma responsable.

El concepto Responsabilidad Social Corporativa puede definirse como la contribución activa y voluntaria de las empresas al mejoramiento social, económico y ambiental. Tiene como objetivo mejorar su situación competitiva y su valor añadido. Sin llegar a constituir obligación legal, la carencia de compromiso social puede costarle a las compañías fuertes críticas en la opinión pública (sanciones mediáticas) e incluso una pérdida de accionistas (sanciones bursátiles).

- La RSC es un proceso y un nuevo modelo de gestión que integra en la toma de decisiones: los impactos económicos, ambientales y sociales, ampliando los grupos de interés a los que se dirige la empresa.
- Las empresas ejercen su RSC cuando satisfacen las expectativas que, sobre su comportamiento, tienen sus grupos de interés.
- La RSC representa una visión de empresa ética y humana. Viene a resolver las carencias del enfoque mercantilista y deshumanizado de las corporaciones y a restablecer la confianza en los mercados, en las personas y en las organizaciones.

#### Ventajas empresariales

- Revitaliza y revaloriza las marcas mediante la asociación de las mismas con la dimensión ética y la responsabilidad social. Así, aumenta el compromiso del cliente y unos resultados económicos a corto (ventas) y a largo plazo (reputación).
- Aumenta la satisfacción del empleado identificándose con el proyecto empresarial. Genera una mayor motivación y cohesión interna. En resumen, incrementa su compromiso con la empresa.
- Transmite un sentido de responsabilidad y una preocupación por parte de la empresa hacia la comunidad local y al medio ambiente.
- Maximiza la legitimidad, la aceptación y el prestigio social ante los diferentes stakeholders: accionistas, proveedores, clientes, empleados y comunidad local.
- Cumplimiento del compromiso social: evitar que ésta se quede en una mera declaración de intenciones.

## Plan Director de RSC

Se desarrolla el Plan Director de RSC como documento que agrupa los diagnósticos y análisis realizados para, posteriormente y en base a los mismos, identificar y priorizar las líneas estratégicas de actuación y definir un plan de acción de alto nivel, con actuaciones y programas definidos y priorizados.

En base a los diagnósticos interno y externo realizamos análisis globales de las prioridades y situaciones de RSC de la empresa. Estos análisis atienden a los diferentes grupos de interés. Determinamos gaps de percepción y actuación y ofrecemos ayuda para establecer prioridades y líneas estratégicas de actuación. También, desarrollamos acciones creativas y concretas en el ámbito de la empresa.

Todo ello proponiendo soluciones factibles para una óptima gestión del departamento de RSC.

## Memoria de Sostenibilidad

La elaboración de una Memoria de RSC comprende la medición, divulgación y rendición de cuentas frente a grupos de interés internos y externos. Esta memoria, se hace en relación con el desempeño de la organización y el objetivo del desarrollo sostenible.

Consiste en describir la información relativa al impacto económico, ambiental y social que desarrolla la empresa. De esta forma, somos transparentes ante los empleados y ante toda la sociedad en general.

Ofrecemos el desarrollo de Memorias de RSC con una línea profesional y creativa, donde la empresa obtiene mayor número de lectores de la Memoria. Buenaplanta transforma los amplios y complicados informes en formatos atractivos y fáciles de analizar. De esta forma, los grupos de interés obtienen no sólo información de la empresa sino que descubren en ésta una manera original y necesaria de comunicarse con ellos.

## Plan de Comunicación de RSC

Herramienta de gestión necesaria para comunicarnos con los grupos de interés internos y externos. Comunicación económica, social y medioambiental de la empresa.

Para una comunicación eficiente, en Buenaplanta hemos desarrollado un Plan que incluye como grupos de interés fundamentales a los empleados. Éstos, son el activo más importante de la empresa. Es necesario formarles e informarles a cerca del significado de la RSC y de las acciones llevadas a cabo por la empresa en este campo. Ellos son parte implicada y activa para un óptimo desarrollo de acciones sociales y medioambientales.

Si se transmite información veraz de las acciones del área de RSC, se están proporcionando los datos que desean sobre los valores de su empresa y sobre los productos o servicios que ofrecen al mercado.

La comunicación eficaz requiere todos los esfuerzos necesarios para garantizar que los grupos de interés de la organización realmente reciben el mensaje.

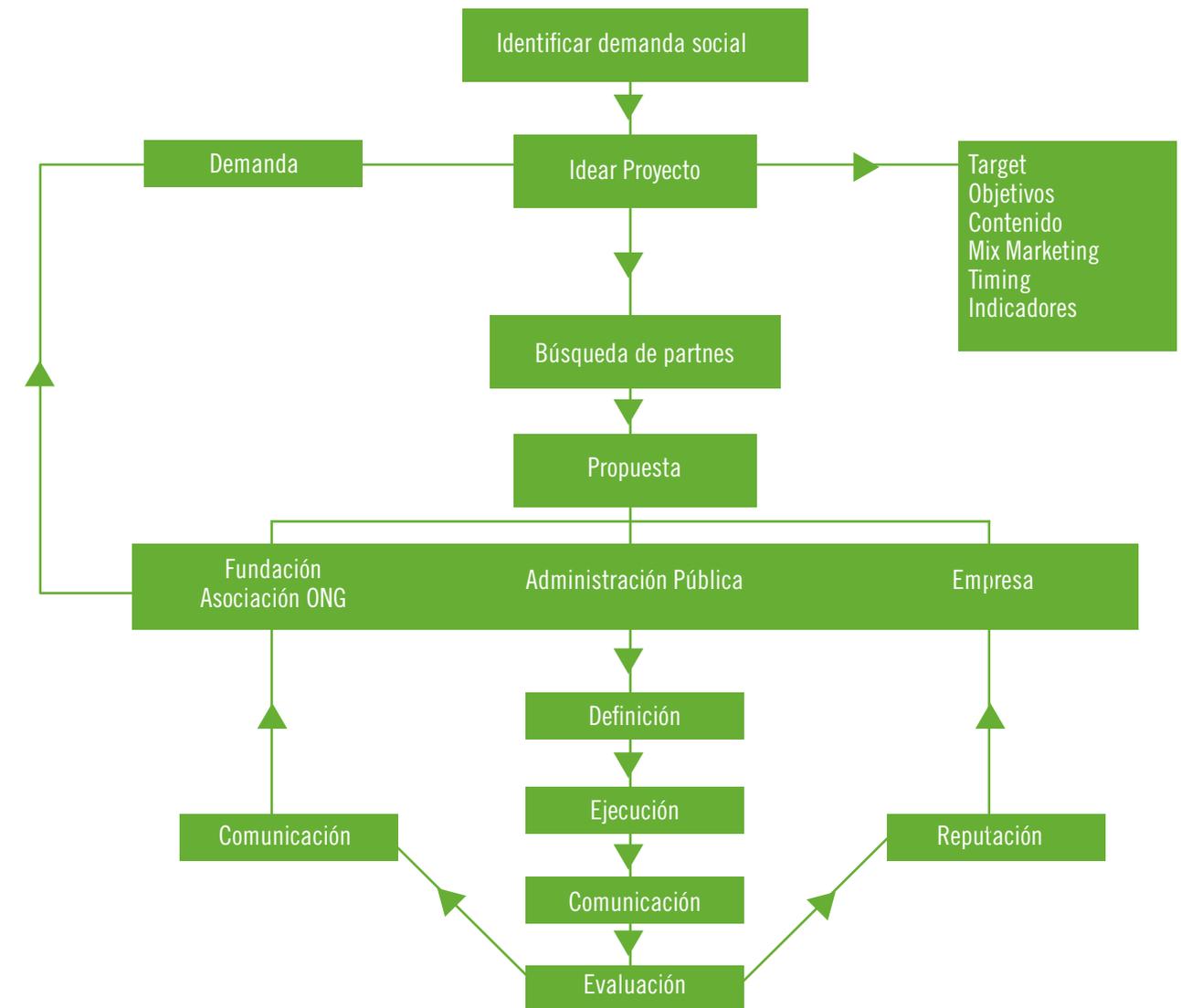
En Buenaplanta contamos con una amplia experiencia en comunicación, lo que nos lleva a ofrecer una alta cualificación de nuestro equipo. Detectamos las lagunas de comunicación de la empresa, canalizamos la información eficientemente a los públicos adecuados y proponemos una óptima comunicación de la organización. Todo ello, para obtener beneficios por información en reputación e imagen de marca.

# Sensibilización, Formación y Actuación

En Buenaplanta hemos desarrollado un modelo propio para idear, ejecutar y comunicar acciones concretas incluidas dentro de las estrategias de Responsabilidad Social Corporativa. Este modelo va dirigido tanto a grandes empresas e instituciones como a PYMES:

- Desarrollamos proyectos de RSC ambiental con contenidos y medios eficaces y contrastados.
- Proporcionamos a las empresas la posibilidad de plasmar su vocación solidaria mediante el desarrollo de campañas ad hoc, seleccionando los mejores partners como Fundaciones y ONG's (nacionales e internacionales.)
- Sacamos el máximo partido de comunicación para la empresa, garantizando que las inversiones realizadas aporten un beneficio real a la sociedad.
- Un modelo práctico y contrastado, cuya característica modular permite al cliente decidir la magnitud de su proyecto. Esta estructura nos permite dirigirnos tanto a pymes como a Organizaciones, Administraciones y grandes empresas.
- Una organizativa de grupo que nos permite ofrecer desde la creatividad del proyecto hasta su ejecución en las últimas consecuencias.
- Medimos el retorno de la inversión realizada. Para ello, realizamos comparativas con métodos de comunicación convencionales, a fin de cuantificar y justificar el esfuerzo empresarial.

En resumen, se plantean proyectos personalizados que facilitan a las empresas desarrollar sus acciones de reputación social. Estos proyectos, integran contenidos y resultados eficaces con la imagen corporativa del cliente.



## Educación Ambiental

Orientada a enseñar el funcionamiento de los ambientes naturales y, en particular, el cómo los seres humanos pueden cuidar los ecosistemas para vivir de modo sostenible, minimizando la degradación, la contaminación del aire, agua o suelo, y las amenazas a la supervivencia de otras especies de plantas y animales.

En Buenaplanta enfocamos la educación ambiental a niños, hijos de empleados, amas de casa, centros de mayores. Desarrollamos cursos ad hoc, según el target deseado por la empresa. Para nuestro equipo el fin es educar y concienciar sobre cómo continuar el desarrollo al mismo tiempo que se protege, preserva y conserva los sistemas de soporte vital del planeta.

Entre las actividades que Buenaplanta realiza están: elaboración de material didáctico, organización de actividades de sensibilización ambiental y social como visitas teatrales, juegos infantiles, eventos, concursos.

## Sensibilización de Valores

Desde Buenaplanta creemos en la importancia de la educación para el desarrollo.

Somos pioneros en la realización de proyectos de sensibilización y educación en valores sociales, culturales, equidad de género...dirigidos a colegios, centros de tercera edad, empleados.

Las actividades y los targets a los que una empresa puede dirigir este campo son amplios. La experiencia de trabajo de Buenaplanta en este tipo de proyectos, de una forma novedosa y creativa, nos ha llevado a contar entre nuestros clientes con empresas líderes. Hemos obtenido éxito y reconocimiento constante.

## Voluntariado Corporativo

El Programa tiene como finalidad facilitar la movilización del talento, tiempo y energía de la plantilla de una empresa. Así, se favorece, el desarrollo social de las comunidades donde la empresa opera.

El objetivo es liderar el desarrollo de una cultura de voluntariado que compromete a empresas e individuos en la construcción de una sociedad más equitativa.

Los empleados que participan en actividades voluntarias pueden llegar a sentirse más comprometidos, integrados y orgullosos de su empresa. Así, afianzan su sentido de pertenencia.

En Buenaplanta nos hemos especializado en ofrecer el servicio de Voluntariado a las empresas como forma de compromiso empleado-sociedad; nuestra experiencia se basa en un continuo trabajo enfocado a la cooperación con los más desfavorecidos y a las zonas ambientales degradadas. En conclusión, captamos las necesidades de la sociedad ofreciéndole a la empresa y al empleado la posibilidad de trabajar mano a mano con las personas y en la actividad deseada. Todo ello en colaboración con organizaciones contrastadas por su principio de transparencia.

## Exposiciones y Centros de Interpretación Ambiental

Se realizan exposiciones de concienciación medioambiental y de fomento de la Responsabilidad Social, bajo el principio de transparencia y respeto al medioambiente, mediante productos y servicios sostenibles.

En Buenaplanta desarrollamos exposiciones creativas, elegantes y sorprendentes, que ejecutamos con un dilatado retorno de inversión que nos avala.

# Marketing con causa

Desarrollo de acciones concretas en colaboración con ONG's sociales y medioambientales, tanto de ámbito nacional como internacional, cuyos fines son obtener beneficios para la sociedad, la ONG y la empresa.

En Buenaplanta conocemos y colaboramos con las ONG's de mayor reputación y transparencia. Al trabajar con ellas ayudamos a la cohesión social y a un medioambiente que se sostiene a largo plazo. Nuestras miras son de futuro, de desarrollo, de igualdad.

La Comunicación Corporativa se compone de un sinnúmero de elementos, tanto internos como externos, que desarrollándolos, constituyen la plataforma de proyección de la imagen de una forma eficiente. La colaboración Empresa-ONG debe ser, por tanto, óptima pero, sin olvidar facilitar toda la información a los grupos de interés. De esta forma, se fomenta la sensibilización de la sociedad y se expone el trabajo realizado al comunicarlo con transparencia.



# Marketing Sostenible

Entendemos el marketing sostenible como la aplicación de criterios de sostenibilidad a acciones de comunicación y marketing. Las empresas y organizaciones responsables suelen incluir entre sus valores la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente. Estos criterios los suelen aplicar a sus procesos productivos y de gestión pero, rara vez se plantean en la comunicación. El marketing sostenible no es sólo diseñar campañas con mensajes ecológicos es, ante todo, una filosofía que debe impregnar todo el funcionamiento de la organización.

## Eventos Sostenibles

Desde Buenaplanta vemos la necesidad de realizar eventos con criterios de sostenibilidad. Estos criterios son una ventaja competitiva para las empresas en cuanto a RSC y reputación se refiere. Los consumidores exigen el compromiso medioambiental de las empresas para formar parte de las llamadas Empresas del Futuro, Empresas Sostenibles o Empresas Líderes.

En el compromiso con el medio ambiente logramos realizar eventos neutros en carbono, gestión de residuos, consumo responsable y producción sostenible. Estos compromisos conllevan su pertinente evaluación.

## Marketing Responsable

Proceso de planificación, implementación y control del desarrollo, precios, promoción y distribución de productos y medios. Todo ello, para satisfacer: las necesidades de los clientes, la consecución de los objetivos de la empresa y hacer compatible todo este proceso con el ecosistema.

El Consumo Responsable es un concepto defendido por organizaciones ecológicas, sociales y políticas. Éstas consideran que los seres humanos debemos cambiar nuestros hábitos de consumo ajustándolos a las necesidades reales y decantarnos por opciones que favorezcan la conservación del medio ambiente y la igualdad social. Por tanto, debemos considerar los valores éticos, sociales y ecológicos a la hora de consumir o de optar por un producto. El fin es la preservación del ecosistema mediante productos más duraderos, que consuman menos energía, que estén realizados con materiales reciclables no contaminantes y socialmente responsables.

Buenaplanta es una de las empresas pioneras en Marketing Sostenible. Es nuestra política de empresa. Por ello, es una de nuestras líneas de funcionamiento más desarrolladas. Les ofrecemos a las organizaciones el estilo más sostenible, creativo y sencillo de realizar marketing con este nuevo formato.

# Gestión y Comunicación Ambiental

La Comunicación Ambiental no es sólo suministrar información a las partes interesadas externas. Proveer de información sobre el desempeño ambiental a los empleados de las compañías es tan importante como la comunicación externa.

Una compañía debe desarrollar un programa de comunicación ambiental que suministre guías de cómo debe ser dirigida. Este programa debe ser parte de la gestión ambiental de la empresa y consecuente con el plan general de comunicación de la compañía, y ser parte del mismo.

## Formación y sensibilización a empleados en Políticas Medioambientales y de RSC

La actividad del empleado, dentro de la empresa, tiene un gran impacto sobre el medio ambiente. Una participación activa de los trabajadores consigue que la empresa tenga una mejora real de su comportamiento medioambiental. Es necesario informar y formar a los empleados en la cultura del medioambiente.

Las empresas son agentes vivos y activos en la creación de conciencia medioambiental.

En Buenaplanta desarrollamos planes formativos. Ofrecemos distintos niveles acordes a las necesidades de la empresa y del empleado en particular. Creemos que la formación del empleado es lo primordial para el buen desarrollo de la actividad en políticas medioambientales y de RSC. Esto, conlleva un incremento sostenible de la empresa y de la sociedad en su conjunto.

## Plan de Comunicación Ambiental

La preocupación pública por el Medio Ambiente ha provocado una creciente importancia de los valores y acciones ambientales empresariales. Al comunicar medioambientalmente se facilita la visión y la explicación de las actuaciones en este campo, llevadas a cabo por la empresa en relación con sus productos, actividades o servicios.

Las empresas deben aplicar los principios de transparencia, claridad y adecuación. La información debe ser pertinente para las partes interesadas, utilizando lenguaje y medios que cumplan con sus necesidades de: credibilidad, utilización de métodos e indicadores reconocidos y comunicación necesaria para las partes interesadas.

# Eco Marketing

Desde Buenaplanta tenemos experiencia en la realización de campañas de marketing hacia el consumidor verde. Este consumidor, definido como aquel que manifiesta su preocupación por el medio ambiente en su comportamiento de compra, busca productos que sean consecuentes con el desarrollo sostenible del planeta. El medio ambiente resulta hoy ineludible para cualquier empresa. Los consumidores son cada vez más exigentes con las marcas y los productos.

El 54 por ciento de los consumidores perciben que los productos verdes son: caros, feos, complicados y difíciles de mantener. Sin embargo, declaran que prefieren aquellas firmas que favorecen el cuidado del medio ambiente y el ahorro energético y que premiarán a aquellas que les ayuden a dar sentido a sus actos a favor del medioambiente.

## Posicionamiento de productos

La diferenciación de un producto es una ventaja competitiva.

Desde Buenaplanta se entiende que la visualización de las decisiones de diferenciación, tomadas internamente, deben darse a conocer al mercado que se desea atender.

Ofrecemos a los clientes una propuesta de valor específica. Esto es algo que se logra a través de las campañas de comunicación ecológicas específicas para una marca o un producto.

## Regalos Ecológicos

En Buenaplanta creamos, desarrollamos y producimos regalos originales y exclusivos fabricados a partir de materiales renovables o reciclados, a base de componentes vegetales como semillas, plantas o hierbas aromáticas y procedentes de comercio justo y solidario. Productos, en definitiva, ambiental y socialmente responsables.

Con las posibilidades de personalización, en presentación y diseño, podrá posicionar su marca o producto en primera línea de las empresas comprometidas con el medio ambiente.

Una pequeña muestra de

# Comunicación Responsable





(1)



(4)



(6)



(3)



(5)



(2)

- Trabajo** PROYECTO BOSK-La importancia de los bosques como sumideros de Carbono. Programa de formación escolar.
- Cliente** Asociación Nacional de Empresas Forestales / Ministerio de Medio Ambiente.
- Años** 2005 / 2006.
- Briefing** Realización de campañas de sensibilización para la prevención de la contaminación y el cambio climático.
- Descripción** Acción para concienciar a alumnos de 6º de primaria sobre la problemática del cambio climático y la importancia de los bosques como sumideros de carbono. Proyecto promovido por ASEMFO y financiado por el Ministerio de Medio Ambiente. Creatividad y producción de material educativo, distribución de 5200 maletas ecológicas en centros educacionales (100.000 beneficiarios directos). Organización de concurso entre colegios para valorar su implicación. Creación de página Web.
- Piezas**
- Creación de imagotipo y personajes (1).
  - Kit de educación ambiental para niños de 8-10 años sobre bosques y cambio climático: material para siembra de 5 árboles autóctonos, cuaderno del profesor y fichas para alumnado. Póster para colgar en clase (2).
  - CD interactivo con videojuego 3D (3).
  - Web corporativa como apoyo y medio de comunicación entre colegios que participaron en el proyecto Bosk: información sobre proyecto, área de descargas, foro y boletín de noticias. [www.proyectobosk.com](http://www.proyectobosk.com) (4).
  - Organización de jornadas de presentación y gabinete de prensa (5).
- Observaciones**
- Repercusión en prensa: reportaje en La2 Noticias, Telemadrid, IB3, radios diversas. 80 impactos en medios físicos, 415 referencias en Google (6).
  - Nota media de 8.36 en encuesta de de valoración del proyecto entre los colegios.



(1)



(2)

(3)



- Trabajo** LA ESTACIÓN TIENE LA CLAVE - PANDILLA ADIF. Programa de visitas escolares a estaciones de ferrocarril.
- Cliente** Administrador de Infraestructuras Ferroviarias - Adif.
- Años** 2008-2009.
- Briefing**
- Organizar de forma lúdica y atractiva visitas guiadas a las estaciones gestionadas por Adif para grupos escolares de Primaria.
  - Enseñar a los niños a desenvolverse en las estaciones.
  - Entregar material lúdico - educativo para recordar la visita.
  - Dar a conocer Adif, sus funciones y servicios.
  - Transmitir los valores principales de Adif.
- Descripción** Se organizaron visitas teatralizadas en 10 estaciones durante 5 meses. Cuatro actores eran los encargados de, a modo de gymkhana y caracterizados como viajeros del siglo 19, enseñar a los niños las diferentes zonas y servicios de la estación, a la vez que les transmitían los valores de respeto al medio ambiente y el papel del ferrocarril como sistema de transporte sostenible, además de explicar qué es Adif. Previamente se diseñaron y produjeron una serie de elementos lúdicos para reforzar el recuerdo de la visita a los niños y animarles a seguir conociendo el mundo del ferrocarril en clase y en sus hogares.
- Piezas**
- Diseño y mantenimiento de Web corporativa como apoyo y medio de comunicación entre colegios que participaron el proyecto: información sobre proyecto, área de descargas de juegos, trailer de video, intranet colegios. [www.pandillaadif.es](http://www.pandillaadif.es) (1).
  - Diseño y ejecución de juego tipo "trivial" en versión física y on line (2).
  - Diseño de videojuego estética 3D.
  - Producción de gadgets de recuerdo y logística de entrega de gadgets.
  - Captación de los colegios participantes y coordinación de visitas (3).
  - Guión interpretación de visitas guiadas en 10 estaciones.
- Observaciones**
- Más de 300 grupos escolares durante 5 meses, 12.000 niños beneficiarios.
  - Adaptación de visitas al stand de Fitur 2008 de Adif para atender a los niños.
  - Repercusión en prensa audiovisual y escrita.
  - Nota media de 8.80 en encuesta de valoración del proyecto entre los colegios.



(1)

**Trabajo**

MERCADO SOLIDARIO DE COMERCIO JUSTO.

**Cliente**

INTERMON OXFAM / Adif.

**Años**

2008.

**Briefing**

- Realizar una campaña de sensibilización con el objetivo de dar a conocer los productos de comercio justo (y/o consumo responsable) y los beneficios para las Comunidades que los producen, aprovechando las fechas de “consumismo navideño”.
- Generar ingresos para la organización mediante la venta de productos de comercio justo.
- Potenciar la imagen de Intermon Oxfam como organizador y de Adif como patrocinador e impulsor de esta acción.

**Descripción**

Durante 20 días se organizó un mercado de productos de comercio justo en una sala puesta a disposición por Adif en la estación de Madrid Chamartín. El mayor reto era conseguir que la gente accediera al lugar, pues está situado en una zona de poco tránsito. Para ello hubo que colocar diferentes soportes señaléticos, animar a los viajeros que pasaban por el vestíbulo principal y se organizar una serie de actividades culturales y de sensibilización. Previamente, hubo que acondicionar una sala diáfana con todos los elementos de mobiliario, decorativos y de sensibilización para poder realizar la actividad. Las labores de venta y sensibilización también fueron coordinadas y llevadas a cabo por personal propio.

**Piezas**

- Diseño de logo marca para el mercado (1).
- Diseño, maquetación y producción de diferentes piezas de pequeño formato: programa de actividades, flyers, catálogo de productos, carpetas, bolsas, papel de regalo, etc.
- Diseño y acondicionamiento de sala: decoración, delimitación de espacios, diseño y producción de mobiliario para venta.
- Instalación de escenario con sistemas AV para las diferentes actividades organizadas.
- Organización de programa de actividades: jornadas técnicas, conciertos, actividades infantiles, proyección de películas, catas de chocolate, etc.
- Organización y realización de la venta de productos, degustación y sensibilización.
- Señalética en la estación y alrededores.

**Observaciones**

Pasaron por el mercado unas 4.000 personas que generaron unos ingresos de 18.000 mil euros para las comunidades de productores, superando las expectativas de la organización y la media habitual de ventas de otras tiendas de comercio justo.



**Trabajo** | Diseño y producción de diferentes regalos ecológicos.

**Cliente** | El Naturalista.

**Años** | 2007-2009.

**Briefing** | - Desarrollar una artículo relacionado con la naturaleza y con los 4 valores principales del cliente para añadir como etiqueta a cada par de zapatos que vendan.  
- Desarrollar una invitación a ferias relacionado con el tema "raíces".

**Piezas** | - Se seleccionaron 4 mezclas de infusiones de agricultura ecológica relacionadas con los valores Armonía, Vitalidad, Felicidad y Solidaridad. Se personalizaron los sobres de infusión y un librito corporativo para incluirlo en cada par de zapatos. Producción de 2 millones de unidades. También se entregó como regalo corporativo junto con un mug personalizado.  
- Se diseñó una caja en cartón kraft imitando el diseño de las cajas de zapatos. En el interior se incluyeron una serie de raíces de regaliz de agricultura ecológica, junto con un folleto con las fechas de las ferias más importantes.



**Trabajo** | Diseño y producción kit de plantación con semillas.

**Cliente** | Correos.

**Años** | 2008.

**Briefing** | Diseñar un regalo ecológico para promocionar la “Línea Verde” de embalaje de Correos, con el fin de ser distribuido en la Expo de Zaragoza 2008.

**Piezas** | Manteniendo la línea principal del diseño de la “Línea Verde” se diseñó un packaging a modo de tarjetón, incluyendo los materiales necesarios para plantar un árbol: maceta, turba y semillas. Producción de 50.000 unidades.



**Trabajo** | Planta de pino.

**Cliente** | Daihatsu Holanda.

**Años** | 2007.

**Briefing** | Crear un regalo relacionado con la naturaleza para comunicar el compromiso de la empresa con el respeto y cuidado del medio ambiente. Regalo para entregar en la Feria del automóvil de Ámsterdam.

**Piezas** | Plantita de pino de un año presentada en tubo de acetato y con envoltorio impreso a 4/4, donde se incluía información sobre el compromiso ambiental de la empresa.



- Trabajo** Libro: "Plantas citadas en el libro "El ingeniosos Hidalgo Don Quijote de La Mancha".
- Cliente** Eulen.
- Años** 2006.
- Briefing** Crear un regalo corporativo relacionado con el mundo vegetal para entregar a clientes VIP en la navidad de 2006.
- Descripción** A raíz del IV centenario de la edición del Quijote celebrado en 2005, se le propuso al cliente editar un libro donde se recogieran todas las especies vegetales citadas en El Quijote. Se recogieron todas las alusiones a plantas en la obra y se redactaron fichas descriptivas con láminas ilustradas de cada una de ellas.
- Piezas** Edición de libro forrado en tela y con caja. 84 páginas con textos y láminas ilustradas y colección de semillas de las especies mencionadas.



- Trabajo** Macetero con Semillas.
- Cliente** Iberdrola Renovables.
- Años** 2007.
- Briefing** Crear un regalo relacionado con la naturaleza para entregar en presentaciones, convenciones y ferias de la empresa.
- Piezas** Macetero en barro lacado con semillas de abeto en su interior, de 12 cm. de diámetro, presentado en cartón reciclado.

# Qué nos distingue

Un equipo consultor, de primera línea, con dilatada experiencia en comunicación, educación y prevención medioambiental. Un equipo especializado en acciones de Reputación Social Corporativa, que desarrolla su trabajo para todos los públicos.

Nuestra filosofía de trabajo está basada en la atención y servicio integral, evitando así, la subcontratación. Creamos un equipo multidisciplinar por y para el cliente.

Un equipo creativo, innovador y humano, cuya experiencia y rigor se ha demostrado a lo largo de la vida de Buenaplanta. Su trabajo, con las empresas más prestigiosas y líderes de los distintos sectores del mercado, se constata año tras año.

¿Qué necesitas? Nosotros lo creamos y, si no existe...lo inventamos. Somos la empresa de las soluciones. La dificultad la convertimos en fortaleza.



# Algunas Buenas Experiencias

En nuestro intenso recorrido empresarial hemos realizado diferentes acciones que podrán valorar en la documentación adjunta. Agradecemos a nuestros clientes la confianza depositada en nuestro equipo:





buenaplanta<sup>®</sup>



C/ Olimpio López nº28, 28043 - Madrid. T 91 75 90 180 - F 91 388 75 74  
Pq. Empresarial Polígono Mutilva Baja, C/ E - Edif. 9-1ª planta, 31192 - Mutilva Baja (Navarra). T 948 29 09 09 - F 948 29 09 10

[www.buenaplanta.com](http://www.buenaplanta.com) - [info@buenaplanta.com](mailto:info@buenaplanta.com)