

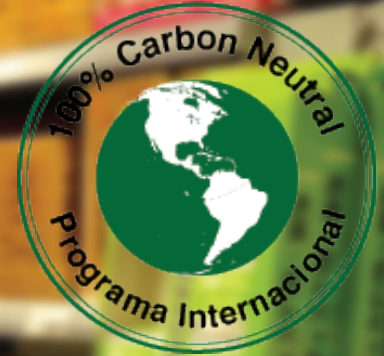
Planeta *Carbono Neutro*

REVISTA TRIMESTRAL PARA LOS MIEMBROS DEL PROGRAMA 100% CARBON NEUTRAL®

**UNA PROPUESTA
NUEVA: HACER
POSIBLE LA CARBONO
NEUTRALIDAD PARA
TODAS LAS EMPRE-
SAS COSTARRICENSES**

**POTENCIE SUS VENTAS A
TRAVÉS DE LA CARBONO
NEUTRALIDAD**

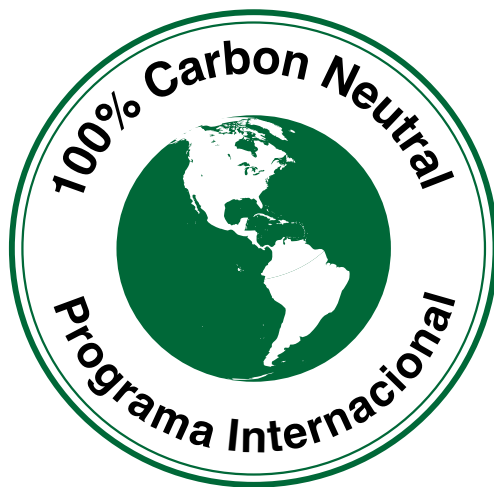
**TECNOLOGÍA LED
Y SOLAR, UNA
ESTRATEGIA PARA LA
COMPETITIVIDAD**



**PRODUCTOS CON SELLO DE
EMPRESA 100% CARBON
NEUTRAL LLEGAN A LOS
SUPERMERCADOS**

**P R I M E R O S
C O N D O M I N I O S
C A R B O N O N E U T R O A L
M E R C A D O E N E L 2 0 1 5**

**GRUPO SOLARIS LANZA SU
LÍNEAS LED Y SOLAR**



NUESTRA PROPUESTA

En [100% Carbon Neutral](#) creemos firmemente que toda empresa y empresario tienen el derecho de poder acceder a una alternativa de neutralización de su huella de carbono que le permita cumplir sus compromisos ambientales; sin que para ello se vea forzado a comprometer la estabilidad operativa o financiera de su negocio. Nuestro programa fue creado con la misión de hacer posible la carbono neutralidad para cualquier empresa costarricense, independientemente de su tamaño o giro de negocio.

El programa surge a la vida con el objetivo de convertirse en una alternativa a los procesos ISO que demandan grandes inversiones en tiempo y dinero, y que la gran mayoría de los empresarios costarricenses no pueden costear o implementar. Para el logro de dicho objetivo contamos con el apoyo de organismos

internacionales de gran experiencia y reputación; y hemos implementado procesos de medición, compensación y declaratoria de neutralidad, basados en protocolos internacionales reconocidos y utilizados en todo el mundo.

La realidad es simple, en una empresa de baja huella los beneficios ambientales de implementar procesos de mitigación largos, complejos y costosos son apenas marginales, y no justifican el costo de la inversión (salvo que se generen eficiencias sustanciales en el proceso productivo). Este es el caso de la mayor parte de las empresas costarricenses, en las que un esfuerzo de años y miles de dólares en proyectos de mitigación solo reducen la huella de carbono de forma marginal. Por ende, cuando el empresario es forzado a realizar dicha inversión como requisito para lograr la

carbono neutralidad, es comprensible que pierda la motivación.

En contraposición, [100% Carbon Neutral](#) permite a sus miembros compensar su huella directamente, lo que en la mayoría de los casos es un proceso corto y de bajo costo, y le permite al empresario acceder a una declaratoria de carbono neutralidad avalada internacionalmente. Una vez neutralizada la huella, el empresario puede planificar el compromiso de mitigación ambiental que desee asumir en el largo plazo, de acuerdo a las características y capacidades financieras-operativas de su empresa. Nuestra propuesta es simple, hacemos posible la carbono neutralidad para todos los empresarios que así lo deseen, balanceando las necesidades de su empresa con las del planeta. •

POTENCIANDO VENTAS A TRAVÉS DE LA CARBONO NEUTRALIDAD

La carbono neutralidad y las actividades ambientalmente amigables dentro de la empresa moderna no son objetivos contrapuestos a la generación de utilidades; por el contrario, adecuadamente implementadas y con un compromiso de largo plazo, estas prácticas pueden convertirse en aliadas estratégicas en la potenciación de las ventas.

La motivación de compra de los consumidores es el resultado de un estado interno que le lleva a buscar la satisfacción de sus necesidades, reales o percibidas, consciente o inconscientes. Una vez adquirido el producto o servicios, si las necesidades son satisfechas al agrado del consumidor este tenderá a repetir su compra, caso contrario buscará una nueva alternativa. Hay consumidores cuya decisión de compra es relativamente sencilla debido a su familiaridad con el producto o servicio; no obstante, los consumidores nuevos investigan y prueban antes de tomar una decisión de compra. En la actualidad aspectos como calidad, precio, reputación del producto y su fabricante, siguen siendo de gran importancia para consumidores individuales

y corporativos. Sin embargo, los tiempos cambian y en el mercado actual elementos como los valores compartidos entre el consumidor y el proveedor, y reputación socio ambiental del producto y su fabricante, tienden a ser elementos diferenciadores en la decisión de compra y lealtad de marca de un creciente grupo de consumidores.

Es una realidad innegable que el mercado está cambiando rápidamente producto de un cambio en los valores de los consumidores, y que las empresas están respondiendo a ello. Hasta hace pocos años el tema ambiental y la carbono neutralidad era cosa exclusiva de empresas “verdes” que atendían nichos específicos del mercado. Hoy día la realidad es muy diferente, y marcas como Adidas, BMW Group, L’Oreal, Marks & Spencer, Johnson and Johnson, Unilever, Nokia, Samsung, LG, Siemens, Intel, Adobe, Cisco, Campbell Soup Company, Renault, BNP Paribas, etc., son consideradas como sostenibles por sus esfuerzos ambientales dentro y fuera de sus operaciones; y compañías como Yahoo, Marks and Spencer, HSBC, NewsCorp, Avis Europa, British Sky Broadcasting, Barclays



“ Es una realidad innegable que el mercado está cambiando rápidamente producto de un cambio en los valores de los consumidores

UK Google, y Microsoft, etc., han hecho público su compromiso con la carbono neutralidad. Ninguna de estas empresas ha sido históricamente considerada como “verde”. Estas son las marcas conocidas cuyas medidas estratégicas cubre la prensa internacional, mas son miles las medianas y pequeñas empresas en todo el mundo que han visto el mercado cambiar y siguen ejemplo.

Este cambio en el mercado no es simplemente un tema de responsabilidad social o ambiental, pues en el mundo de negocios actual el medio ambiente ha dejado de ser un asunto moral para convertirse en tema estratégico. Estudios realizados por National Geographic, Nielsen Report, Lab42 Market Research, han determinado que: 1) 66% de los consumidores considera que el ambiente es el elemento principal del RSE, 2) 84% de los consumidores están dispuestos a pagar más por productos y servicios de empresas ambientalmente responsables, 3) 61% de los consumidores a nivel mundial están muy preocupados

por los problemas ambientales del planeta, 4) 77% de los latinoamericanos prefieren comprar productos y servicios de empresas social y ambientalmente responsables, y 5) 73% de los latinoamericanos prefieren trabajar para empresas social y ambientalmente responsables. Es de destacar que en el año 2012 52% de los consumidores globales buscaron, encontraron y compraron productos de empresas social y ambientalmente responsables; y la principal forma de identificarlos fue a través de la etiqueta del producto.

La preferencia por empresas y productos social y ambientalmente responsables es una realidad de mercado, una tendencia que perdurará dado que el tema de cambio climático y reducción de emisiones está en la agenda de todos los gobiernos del mundo. Es destacable el caso de Latinoamérica, pues sus consumidores prefieren las alternativas amigables, a pesar de que ninguno de estos gobiernos recibe presiones internacionales por reducir las emisiones de su sector productivo. Ante esta realidad, es fácil comprender el porqué las grandes corporaciones multinacionales están haciendo un cambio estratégico hacia la sostenibilidad, y el por qué la carbono neutralidad es hoy día un tema preponderante en la agenda ejecutiva de la empresa moderna.

No se requiere ser una empresa “verde” para aprovechar esta tendencia, tan solo ofrecer los elementos básicos demandados históricamente por el consumidor (cosa y precio), junto a elementos que permitan satisfacer sus valores y necesidad social de tomar la decisión “correcta”. La satisfacción de este último factor depende de

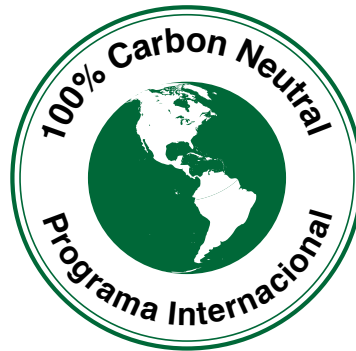
lo que el consumidor crea acerca de su marca, y la alineación de los valores de esta con los suyos personales. De allí la importancia de tomar en cuenta las expectativas y deseos creciente de los consumidores de comprar los productos de empresas cuya imagen y acciones las identifican como ambiental y socialmente responsables.

Quienes optan por el compromiso y declaratoria de carbono neutral como eje central de su política de responsabilidad ambiental y social tienen la ventaja de que dicho mecanismo les brinda credibilidad. Para potenciar sus ventas la empresa carbono neutro debe incluir su nuevo estatus dentro de su estrategia de mercadeo y ventas, como parte de la imagen de la empresa-producto. El uso de etiquetas en los productos, así como de sellos en páginas de internet y material promocional, y la capacitación del personal de ventas, son herramientas invaluable en el esfuerzo por posicionar la imagen correcta. Sólo si el consumidor sabe del esfuerzo realizado y el status obtenido los puede considerar en su decisión de compra, y sopesar si los valores de la empresa o la marca coinciden con los suyos propios.

A la hora de optar por cualquier tipo de certificación, o declaratoria, el empresario debe asegurarse que el programa seleccionado le brinde capacitación al personal clave de la empresa, y le permita utilizar la imagen de la declaratoria o certificación en los esfuerzos de mercadeo y ventas de la empresa; de lo contrario su mensaje nunca llegará al consumidor, y usted terminará siendo considerado al mismo nivel de sus competidores. •



GAMA DE PRODUCTOS DE APIARIOS DEL PACIFICO, EMPRESA CARBONO NEUTRO



**En Costa Rica, con el Programa 100% Carbono Neutral,
no importa el tamaño de su Empresa;
recibir su Declaratoria Internacional de Carbono Neutralidad es posible,
es económico, es rápido y es simple.**

LOS INVITAMOS A VISITAR NUESTRA PÁGINA WEB!!
www.100carbonneutral.com

**Únase a muchas empresas costarricenses que ya han sido declaradas Carbono Neutro
Llame al 2228-9696 o escríbanos a info@100carbonneutral.com**

EFICIENCIA ENERGÉTICA EN COSTA RICA

■ GLEN NICKERSON Y WALTER LOBO, GRUPO SOLARIS, ALAJUELA, COSTA RICA. ■

“

En el ambiente de negocios moderno, la eficiencia energética y la optimización tienen sentido para el medio ambiente mediante la reducción de las emisiones de carbono



La energía es uno de los temas de discusión más populares en la Costa Rica actual, debido a los altos costos energéticos; costos que deben reducirse y controlarse para mantener nuestra competitividad como país. Este control y reducción no sólo es en casa con nuestra vida personal, sino también en la oficina, el lugar de trabajo, y la fábrica. Los empresarios saben que necesitan ser competitivos, para prosperar y mejorar el negocio, y ser inteligentes con el uso de energía y en la búsqueda de alternativas para bajar su costo.

En el ambiente de negocios moderno, la eficiencia energética y la optimización tienen sentido para el medio ambiente mediante la reducción de las emisiones de carbono; además de ser una buena decisión para minimizar los costos generales de operación. Los paneles solares para la producción de energía están ganando aceptación; Costa Rica cuenta con algunos de los más altos niveles de radiación de energía solar, y hemos visto el precio de los componentes del sistema bajar más del 50% en los últimos tres años. Además, los paneles solares fotovoltaicos tienen una vida útil de cerca de 30 años, lo que permite el retorno de la inversión en un promedio de 5 años.

Nuestro enfoque en el Grupo Solaris es auditar la factura eléctrica existente, revisar los patrones de uso, la disposición de los equipos eléctricos y su instalación. Este primer paso incluye auditar el sistema de iluminación, donde nos encontramos con oportunidades para reducir las cargas de iluminación. Mediante la sustitución de la iluminación vieja con tecnología de iluminación LED eficiente, el cliente puede ahorrar entre

un 50% y el 80% de la energía en esta área. Ya hemos probado esta es una solución válida, y puede garantizar tiempos de vida más allá de 50.000 horas de funcionamiento, con un retorno de la inversión de entre 1 y 2 años.

El segundo paso es el análisis de soluciones de paneles solares para reducir la energía necesaria de la red eléctrica. Por ejemplo: nuestro enfoque para los casos donde se utiliza la iluminación LED, es que no se requieren tantos paneles solares. Este análisis eléctrico verifica el tiempo de consumo de energía durante el día e identifica los métodos necesarios para cortar picos, como otra estrategia para reducir la factura. El análisis se complementa con la revisión de cableado, cajas breaker, generadores, etc.

Recientemente han emergido dudas sobre el futuro de las instalaciones de energía solar en Costa Rica. Después de más de dos años de funcionamiento del plan piloto, la fecha de plan piloto expiró y no fue renovado debido a POASEN, y otros actores en el gobierno. El programa de conexión de energía solar está por ahora en el limbo "durante unos meses", lo que ha creado temor y desequilibrio con empresas proveedoras de energía solar y sus clientes, esperando a ser conectados.

Aunque estamos seguros de que la ARESEP aprobará la compra de electricidad en exceso por el ICE, por Grupo Solaris diseña sistemas para generar el 80% de la factura del cliente, con el fin de ahorrar dinero y sin que deba entrar en categoría de concesionario sino que se mantenga como generación para autoconsumo. No obstante, desde ahora estamos listos para



proveer los sistemas requeridos una vez que ARESEP apruebe la compra de electricidad producida en exceso al ICE.

El futuro ofrece grandes oportunidades. Basta pensar en los ahorros y reducción de impacto ambiental una vez que se permitan los parques solares en áreas remotas que hoy no son atendidas por el ICE. Esto se conoce como generación distribuida por productores privados, y estas granjas podrán proporcionar sistemas con mayor rango de megavatios de energía renovable. Entonces podremos ver los precios de la electricidad a la baja, y mayores oportunidades de negocios. Y en Grupo Solaris esperamos liderar el camino. •

NOTICIAS DE NUESTROS MIEMBROS



01 El pasado 12 de febrero, en una ceremonia privada y en presencia del Ministro del Ambiente, Edgar Guittierez y del fundador del sistema de parques nacionales, Alvaro Ugalde, el señor Presidente de la República, Luis Guillermo Solís, presentó un Certificado de Honor al señor Michael Schnitzler, dueño de Esquinas Lodge www.esquinaslodge.com y director del Bosque de los Austriacos, por sus 20 años de trabajo en favor del Parque Nacional Piedras Blancas.

02 El proyecto Condominio La Floresta www.condominiofloresta.com, ubicado en Concepción de Tres Ríos y desarrollado por Inmobiliaria M y J ha iniciado el proceso para convertirse en el primer proyecto residencial carbono neutro del país; status que aplicará a la tercera y posteriores fases del proyecto. La declaración permitirá a la desarrolladora ofrecer en el mercado unidades de vivienda cuya construcción ha sido neutralizada a través de [100% Carbono Neutro](#).



03 Durante el mes de Marzo 2015, Apiarios Del Pacifico S.A. www.apiarioscr.com, compañía productora de miel y sus derivados, y miembro de [100% Carbono Neutro](#), inició la distribución de sus productos debidamente identificados con el sello de Empresa Carbono Neutro. En su condición de miembro del programa, la empresa ha optado por aprovechar las facilidades que brinda [100% Carbono Neutro](#) a sus miembros para resaltar la imagen de la empresa y sus productos en el mercado nacional.

04 Grupo Solaris www.grupo-solariscr.com, una empresa [100% Carbono Neutro](#), invita al lanzamiento de sus líneas B&B para el año 2015, incluyendo su amplia gama de productos LED y para la generación de energías alternativas; así como los servicios técnicos de la firma. La actividad se realizará el día 9 de abril del 2015 a las 7pm, en el showroom de la empresa ubicado 100 metros al oeste de bomba la Tropicana en Alajuela Centro. La actividad incluye la conferencia “Soluciones energéticas renovables para Costa Rica”, impartida por los Ingenieros Walter Lobo (CR) y Glen Nickerson (USA).



NUEVOS MIEMBROS



Condominio La Floresta. Concepción de Tres Ríos, La Unión. Desarrollado por Inmobiliaria M y J S.A., ofrecerá casas construidas y verificadas Carbono Neutro.



Electrymec. San Pedro de Montes de Oca. Empresa de Ingeniería Eléctrica y Electromecánica, con más de 30 años de servir a la industria de la construcción.



Grupo Solaris. Alajuela. Compañía pionera en el campo de la importación y distribución de productos LED y equipo para la generación de energía solar, y alternativas.



Apiarios del Pacífico. Tibás. Empresa con más de 30 años de experiencia; líder en la producción, industrialización y distribución de mieles, siropes, avenas, y otros productos alimenticios.



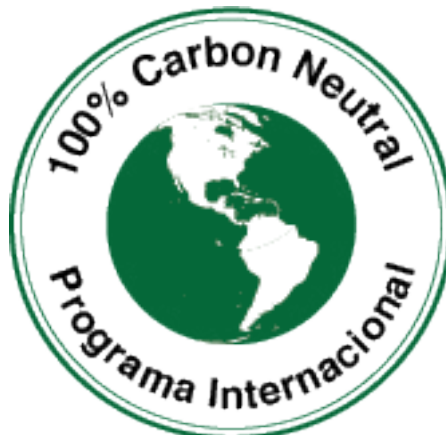
Anca Médica. Don Bosco, San José. Compañía líder en la importación y distribución para Costa Rica de equipo médico especializado, moderno, y de última tecnología.



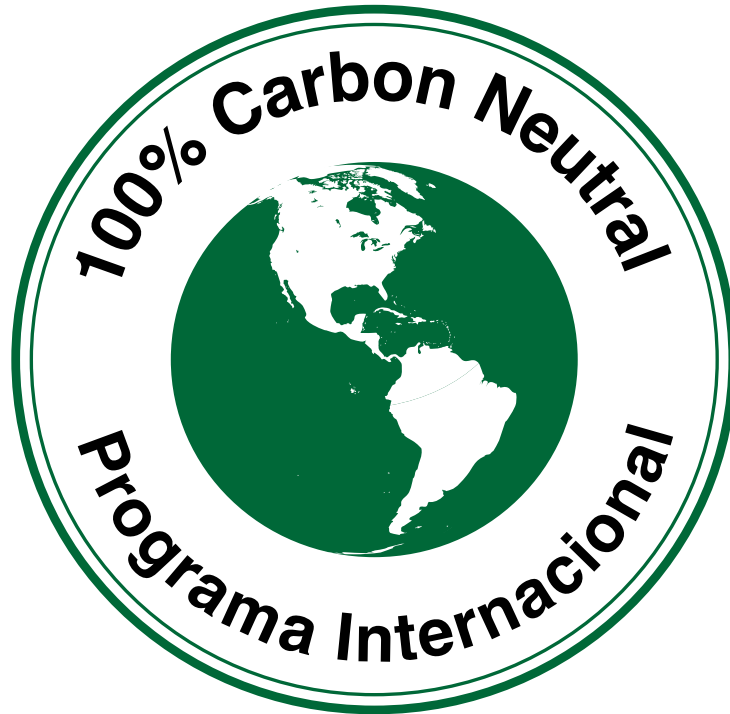
Fundación Corcovado. Corcovado de Osa. ONG costarricense de gran reputación y respeto; destacada por su labor de conservacionismo y apoyo histórico al Parque Nacional Corcovado.



Eco-realtors. Bahía Herradura, Garabito. Firma corredora que destaca por su comprensión del entorno natural y cultural del país, y su compromiso con el desarrollo sostenible.



Las Caletas Lodge. Sierpe de Osa. Este paradisíaco lodge ha sido por más de 30 años un ejemplo de sostenibilidad en la industria de la hospitalidad en la zona de bahía Drake.



LOS INVITAMOS A VISITAR NUESTRA PÁGINA WEB!!

www.100carbonneutral.com

Únase a muchas empresas costarricenses que ya han sido declaradas Carbono Neutro

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

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. Nuestra página tiene por objetivo promover la carbono neutralidad en Costa Rica, así como dar a conocer nuestros productos, servicios, y logros nuestros y de las empresas miembros del programa.