

Una lección a la hora de realizar campañas eficaces con estudiantes



Cuando los profesores salían de sus oficinas unos minutos, dejaban las luces encendidas para que los estudiantes supieran que estaban en la facultad. Los nuevos colgadores en las puertas señalan que están en el edificio aunque las luces estén apagadas.

PUNTOS DESTACADOS

- Los estudiantes han analizado los mensajes más apropiados, tipo de materiales y modo de hacer la difusión.
- Diseño con un amplio rango de materiales exclusivo en la Universidad para reflejar los temas más conocidos.
- Promoción de la campaña en todo el campus.
- Más de 400 encuestas pre-campaña y post-campaña entre estudiantes y personal para desarrollar y medir el impacto de la campaña.



RESUMEN

Con el apoyo de la Fundación Asturiana de la Energía (FAEN) la Facultad de Económicas de la Universidad de Oviedo ha llevado a cabo la iniciativa Student Power involucrando a estudiantes, profesores y personal del Campus del Cristo. Esto supone el desarrollo y promoción de materiales de concienciación en el Ahorro energético de la universidad. Al principio de la campaña se realizó una encuesta que sirvió para evaluar el nivel de conocimientos energéticos que existían en la universidad, y estos datos se utilizaron para dar forma a los materiales promocionales. También se utilizó como línea base para alcanzar los objetivos finales de la campaña.

Sobre Student Power

Student Power es un esquema innovador diseñado para facilitar a los estudiantes de económicas/marketing y de otras áreas de conocimiento, un apoyo práctico a la hora de llevar a cabo campañas de concienciación en energía, incluyendo las de ahorro de energía dentro de las propias universidades. Los estudiantes son supervisados por un miembro del personal académico. Esta actividad contribuye a sus estudios y para ello recibe un apoyo específico por parte de los socios del proyecto.

Antecedentes

La Fundación Asturiana de la Energía (FAEN) inicialmente contactó con las Facultades de Ingenieros Técnicos de Minas, Psicología y Económicas de la Universidad de Oviedo para preguntarles sobre la opción de desarrollar en el campus universitario la iniciativa para la concienciación en ahorro de energía de Student Power. La Facultad de Económicas aceptó adoptar el programa e involucrar a profesores y estudiantes del Campus del Cristo. La campaña comenzó en Febrero de 2009 y concluyó en Diciembre de 2009.

La situación

Con un coste energético anual de 133.648 euros y una factura anual en agua de 61.034 euros, la Universidad vió las oportunidades que la propuesta de Student Power presentada por FAEN podía tener para reducir los costes relacionados con el consumo de energía y agua. Involucrar a los estudiantes universitarios en la campaña podría ofrecer muchas más posibilidades de éxito.

Punto de partida

Al principio de la campaña se les pidió a estudiantes, profesores y personal administrativo que completaran una encuesta para ver los hábitos en el uso de energía, conocimiento en prácticas de ahorro energético y otros temas más amplios sobre el uso de energía y el medio ambiente. Unos 350 estudiantes y 30 profesores y personal administrativo respondieron a la misma. Se llevó a cabo una encuesta similar al final de la campaña para evaluar el éxito de la misma con un número de respuestas similar.



Acciones llevadas a cabo

Una revisión rigurosa de las encuestas permitió a los estudiantes de económicas (con el apoyo de FAEN) desarrollar una campaña con materiales promocionales y se barajaron varias rutas de difusión que mejor atendían a las preferencias de los que respondieron a la encuesta.

Los materiales en mayor medida enfocados al uso de agua y la luz y los métodos de difusión utilizados por los estudiantes pueden resumirse como:

- pequeñas presentaciones a grupos de estudiantes
- exhibición de posters con diferentes mensajes
- reparto de folletos, pegatinas, marca páginas, reglas y carpetas con hojas de consejos
- un punto de información móvil organizado por los estudiantes que lo colocaron en lugares estratégicos de los edificios de la universidad



Resultados

Se llevó a cabo un análisis cuantitativo y cualitativo sobre el éxito de la campaña en Diciembre de 2009. El feedback inicial de los profesores y personal administrativo fue muy positivo. Los estudiantes tuvieron éxito a la hora de escoger el agua y la luz como perfil de la campaña y la utilización inteligente y colorida del material gráfico desarrollado. El entusiasmo de los estudiantes a la hora de presentar el mensaje por medio de presentaciones y de un modo más informal en discusiones entre compañeros fue de gran motivación a la hora de cambiar hábitos energéticos ineficientes. La mayoría de las respuestas de los estudiantes presentaba interés e intenciones de mejora en el futuro en relación a los hábitos de ahorro energético.



Colgante para puerta



Cartel de ahorro de agua

Ahorros

En relación al consumo, el ahorro energético fue de un 1,07% en electricidad y de un 2,03% en agua, durante el año de la campaña en comparación al año anterior.

Lecciones aprendidas

Una de las lecciones aprendidas más interesantes fue que para que la campaña siguiera teniendo interés entre los estudiantes el material tenía que ir cambiándose y esto llevó a algunos acercamientos más innovadores como los marca páginas, las reglas o los colgadores para las puertas. En la página www.energyxchange.eu puede verse una carpeta con todo el material desarrollado. También se observó que las campañas han de ser cortas, claras y con algún tipo de impacto ya que las que son muy largas terminan perdiendo interés.

Para más información contactar con

María Jesús Rodríguez Dorronsoro o Sonia González González
Fundación Asturiana de la Energía (FAEN)
Tel: (+34) 985 46 71 80 · miren@faen.es · sonia@faen.es
<http://www.energyxchange.eu/en/studentpow.php>