



Intelligent Energy  Europe

DONA TU ENERGÍA

Donar ahorros en costes de energía
para una buena causa

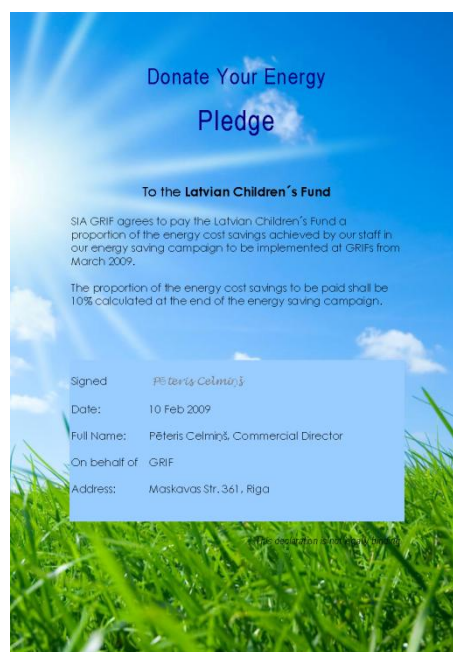


INDICE

INTRODUCCIÓN	5
ANTECEDENTES	5
EMPRESAS SELECCIONADAS	5
MISIÓN DE LOS SOCIOS DEL CONSORCIO.....	6
DE LA TEORIA A LA ACCIÓN.....	7
MECANISMO DE CAPTACIÓN DE EMPRESAS	7
SENTIDO DE LA PROPIEDAD DE DONA TU ENERGÍA.....	7
COMPROMISOS.....	8
ACTUACIONES EMPRESARIALES BAJO DONA TU ENERGÍA.....	9
ÉXITO EN EL AHORRO ENERGÉTICO	9
ASOCIACIONES DE BENEFICENCIA Y DONACIONES DE ÉXITO	10
COMUNICACIÓN	10
BENEFICIOS DE DONA TU ENERGÍA	11
LECCIONES APRENDIDAS PARA FUTURAS CAMPAÑAS Y PROYECTOS	12
OTRAS ACTUACIONES RELACIONADAS CON DONA TU ENERGÍA	13
VALORACIONES DE LOS PARTICIPANTES	13
TAREAS Y DOCUMENTACIÓN	14
TAREAS	14
DOCUMENTACIÓN	15
EVALUACIÓN GENERAL Y CONCLUSIONES DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO	16
ANEXOS I	17
ANEXO I: COMPROMISOS DE DONA TU ENERGÍA	18
ANEXO II DATOS DE CONSUMO DE ENERGÍA Y AGUA.....	19
RENUNCIA DE RESPONSABILIDAD.....	23

INTRODUCCIÓN

Las organizaciones encuentran serios problemas al desarrollar campañas de concienciación, tales como limitación de recursos y apoyo, falta de profesionalidad y dificultad para motivar a los trabajadores. MOBILISE ENERGY AWARENESS intentó solventar estos problemas y a través de DONA TU ENERGÍA apoyar específicamente a los directivos y trabajadores para implementar campañas de concienciación y apoyar e incentivar estructuras para el desarrollo de estas campañas. Se esperaban resultados que incluyeran una mejora en la eficacia de las iniciativas de concienciación energética, apoyo directo y experiencia en marketing para las acciones de concienciación y un aumento de la motivación en el ahorro de energía. La implementación de campañas de concienciación energética en sitios piloto intenta conseguir una reducción directa en el consumo de energía y a la vez dar ejemplo. Revisaremos a continuación esta implementación.



Convenio de Dona Tu Energía

ANTECEDENTES

Tres de los socios del consorcio MOBILISE ENERGY AWARENESS tuvieron éxito captando empresas para comprometerse y trabajar con la campaña DONA TU ENERGÍA. Las tres agencias fueron ARGEM (Agencia de Gestión de Energía de la Región de Murcia), SEF (Social Economy Fund, Riga) and TEA (Tipperary Energy Agency, Tipperary). El objetivo subyacente de la campaña fue motivar al personal a través de Dona Tu Energía para que ahorraran energía en las empresas.

El sistema de trabajo de Dona Tu Energía establece una campaña de conservación de la energía en las empresas en la cual una proporción de los ahorros se donan a beneficencia. Las asociaciones de beneficencia son seleccionadas por el personal laboral de forma que esta decisión sirva de motivación debido a la implicación que supone. Las empresas establecen sus niveles de consumo de energía previos a la campaña a partir de los cuales se generará el ahorro. Se firmaron convenios para asegurar que las asociaciones de beneficencia recibían las donaciones en las proporciones de ahorro de energía acordadas y para asignar las funciones de los empleados y la dirección. Las empresas tuvieron éxito en el ahorro y en las donaciones.

EMPRESAS SELECCIONADAS

Las cuatro empresas de distintos países que participaron directamente en Dona Tu Energía fueron:


1. Grupo Disfrimur con sede en Murcia, España trabajó con ARGEM;
2. Abbott localizado en Clonmel, Tipperary, Irlanda trabajó con TEA;
3. Dos empresas de Letonia, localizadas en; SIA LANEKS and SIA GRIF trabajaron con SEF.

Debido a la severa recesión económica y a la adversa situación empresarial no fue posible firmar acuerdos para implantar Dona Tu Energía con empresas en el Reino Unido. Consulteco mantuvo contactos con distintas compañías que mostraron su interés en el proyecto, sin embargo por diversas razones (guerras de precios, reestructuraciones...) finalmente las empresas decidieron no implementar la campaña a pesar de estar muy interesadas en su concepto y no descartar su implementación en el futuro.


DONA TU ENERGÍA


donar ahorros en costes de energía para una buena causa

Se describen a continuación brevemente las cuatro empresas participantes:

1. Grupo Disfrimur es un grupo empresarial independiente y privado cuyo objetivo es ofrecer logística, transporte y distribución a sus clientes con la ayuda de 840 empleados y la utilización de 507 vehículos. Su actividad principal es el transporte por carretera y logística. Posee una moderna flota de transportes nacionales e internacionales equipados con las últimas tecnologías que permiten el transporte de todo tipo de mercancías. En 2006 sus transportes recorrieron una distancia de casi 70 millones de km. Sus clientes son de tres tipos: fabricantes, distribuidores y operadores.

www.grupodisfrimur.com

2.  SIA LANEKS (www.laneks.lv) fue fundada en 1992. Es una de los mayores fabricantes de neumáticos y suministradores de recambios de El Báltico, con una facturación de 9 millones de euros. LANEKS tiene 4 centros de venta y servicio y un exclusivo salón de exposición en Riga. Las áreas de comercio y servicios están equipadas con alta tecnología trabajando eficientemente. La campaña de ahorro energético se desarrolló en 4 localizaciones distintas: 3 puntos de atención al cliente y las oficinas principales, desde Marzo a Diciembre 2009. Tomaron parte en la implementación del esquema piloto 60 miembros del personal de la empresa.

3. SIA GRIF () fue fundada en 1989. Es una empresa de equipamientos de protección de personal, líder del sector en El Báltico. La compañía  abarca todo el negocio desde guantes, uniformes, calzado y otro tipo de equipamiento en Lituania. En las tiendas de GRIF se cose una amplia variedad de productos de acuerdo a las necesidades de sus clientes. GRIF ofrece a sus clientes equipamientos que cumplen la normativa de seguridad tanto de Lituania como de la UE. La campaña de ahorro de energía se implementó en las instalaciones de la empresa donde se localizan las oficinas, tienda y centro de servicios, de Junio a Diciembre 2009. Participaron en el desarrollo del esquema piloto 20 empleados. www.grif.lv

4. Abbott Vascular es una empresa fabricante de aparatos médicos de South Tipperary, con más de 1,600 trabajadores. Sus instalaciones ocupan 19-acres e incluyen una nueva planta de 16.700 m², así como un edificio de oficinas, almacén y logística de 6.500 m². La empresa fabrica catéteres y otros aparatos para el tratamiento de enfermedades coronarias.

www.abbott.ie

MISIÓN DE LOS SOCIOS DEL CONSORCIO

Las principales actividades de las tres agencias de energía con sus respectivas empresas fueron labores de consultoría y el mantenimiento de reuniones. En Irlanda se realizaron seminarios y presentaciones mientras que en Riga ambas empresas recibieron un taller inaugural. Así mismo, se efectuaron tareas de consultoría, informativas y resolutivas disponibles bajo petición o al detectarse su necesidad.

ARGEM impartió al Grupo Disfrimur seminarios de información medioambiental, proporcionó contactos para impartir cursos de manejo de manejo eficiente de la energía y ayudó a la empresa a solicitar subvenciones para sufragar el coste de los cursos. Por su parte, SEF impartió seminarios de información medioambiental enfocados en la campaña y también negoció con consultores locales de SEF para identificar los mecanismos más efectivos de ahorro de energía y los mecanismos de medición de energía que podrían utilizarse.

Durante la campaña los consultores de SEF visitaron periódicamente SIA LANEKS y SIA GRIF, mantuvieron reuniones con el personal involucrado para discutir los logros y solventar los problemas. Se organizaron sesiones de trabajo intermedias que resultaron de gran ayuda para el éxito en la implementación de las campañas de conservación. SEF efectúa tareas de consultoría periódicas a estas empresas y en relación a Dona Tu Energía éstas incluyeron consejo en relación a la participación del personal y su formación. Cooperaron estrechamente con los directores de cada departamento responsables del ahorro de energía apoyándolos en la motivación y formación del personal.

TEA proporcionó asistencia técnica al personal de Abbott en todos los aspectos de la implementación de Dona Tu Energía. Este servicio se extendía a todas las áreas implicadas, por ejemplo cuando se les solicitó una serie de presentaciones sobre energías renovables y eficiencia energética en los hogares a realizarse en las horas de descanso del almuerzo, TEA desarrolló el tema e impartió la formación. TEA también tuvo que proporcionar herramientas específicas para solventar problemas que fueron importantes en relación a la motivación para el cambio de comportamiento.

1. Comprometerse a realizar donaciones y permitir al personal seleccionar la entidad benéfica destinataria, permitiendo la propiedad de la campaña de conservación, ver Anexo I.
2. Recordar y promover como en el caso de estudio de TEA para Dona Tu Energía donde los beneficios de las campañas de nombrar y señalar se discuten en relación a estrategias de reconocimiento.
3. Envío de mensajes normativos que llegan a los receptores con la actividad deseada ampliamente representada y es por tanto completamente aceptado, mientras que la actividad no deseada es relativamente extraña y totalmente rechazada. Tal como la filosofía une el poder de dos fuentes independientes de motivación normativa y puede ofrecer un acercamiento satisfactorio para motivar un cambio de comportamiento.

DE LA TEORIA A LA ACCIÓN

A continuación se detalla el mecanismo en que cada compañía implementó Dona Tu Energía. Se basa en la información que cada socio proporcionó sobre la implementación del proyecto en su país.

MECANISMO DE CAPTACIÓN DE EMPRESAS

ARGEM, TEA y Social Economy Foundation (SEF) tenían todos experiencias previas de trabajo con sus empresas y la relación de confianza estaba ya establecida. Grupo Disfrimur y Abbott trabajan regularmente con sus agencias locales de energía (ARGEM and TEA) en proyectos para la mejora de la

eficiencia energética. Abbott colabora frecuentemente con TEA y actualmente sigue la Campaña Nacional de Concienciación Energética en las Escuelas de TEA. Para SEF la cooperación previa con SIA LANEKS y SIA GRIF resultó fundamental para el éxito logrado. Hubo muchos factores que motivaron a las empresas a formar parte, y algunos de ellos fueron:

1. Las empresas con enfoques directivos modernos valoraron el potencial de Dona Tu Energía en relación a la implicación y motivación del personal
2. El potencial de ahorro en costes internos es esencial en la recesión económica.
3. Hacer un esfuerzo para reducir el calentamiento global
4. Responsabilidad Social Corporativa.



Las empresas estaban ya comprometidas con la mejora medioambiental y la responsabilidad social corporativa

SENTIDO DE LA PROPIEDAD DE DONA TU ENERGÍA

En todas las empresas seleccionadas, se informó a los empleados sobre el proyecto Dona Tu Energía para persuadirles de sus beneficios. Las agencias de energía involucradas encontraron que el personal de Abbott Vascular,

DONA TU ENERGÍA

donar ahorros en costes de energía para una buena causa

SIA GRIF, SIA LANEKS y Grupo Disfrimur mostraba entusiasmo en el proyecto a todos los niveles, desde la alta dirección hasta los empleados bases. Era debatible si la participación en un proyecto así era una buena estrategia de marketing para estas empresas. Según SEF los seminarios de inauguración para movilizar la concienciación energética en ambas empresas tuvieron una gran importancia para comprometer al personal y para el posterior éxito de la campaña Dona Tu Energía.

Tanto en España como en Letonia la decisión de implementar la campaña fue de la propia dirección de las empresas. Es interesante resaltar que en las dos empresas de Letonia los directores se encontraban entre los accionistas. Este factor añade un nuevo motivador de comportamiento en Dona Tu energía que consiste en que la conservación de la energía implica un aumento de beneficios de los accionistas. Sólo en Abbott el Departamento de Salud y Seguridad Ambiental fue el responsable de la implementación con el apoyo del Director de Planta y el Departamento I+D. Excepto por el Director de Planta, ninguno de los altos directivos de Abbott tuvieron un papel importante en el compromiso, participación o implementación de la campaña.

En Murcia, el Grupo Disfrimur se adhirió debido a su compromiso en responsabilidad social corporativa y al potencial que tenía Dona Tu Energía de ofrecer marketing efectivo. SEF cree que parte de la motivación de la dirección se debe a su asistencia al seminario inaugural de concienciación energética. En estos seminarios se mostraba el potencial de ahorro de energía y la donación de la asociación de beneficencia de su elección Asociación Nacional contra el Abuso y el Tráfico de Drogas y la Fundación Nacional para la Infancia de Letonia.

Una lección común a los tres países es que la implementación de campañas de conservación necesita una implicación total de los trabajadores de todos los niveles. Ya se ha tratado el tema de los agentes principales que decidieron implementar la campaña pero para su desarrollo es también necesario de todo el resto del personal esté implicado. Todos los socios de Mobilise Energy Awareness están de acuerdo en que Dona Tu Energía tiene muchos aspectos motivadores para la participación en la campaña y cambiar el comportamiento y éste fue parte del éxito para alcanzar a todos los miembros de personal. Uno de estos aspectos motivadores fue el

compromiso el cual es especialmente poderoso ya que ayuda a establecer lazos de posesión.

COMPROMISOS

Los investigadores creen que cuando los individuos corroboran una pequeña petición, con frecuencia altera su propia percepción. Por ejemplo, cuando firman una solicitud para favorecer adaptaciones para discapacitados en los edificios, el acto de la firma modifica su actitud hacia el tema. En breve, se ven a sí mismos como el tipo de persona que apoya iniciativas para discapacitados. Si más tarde se les realiza una solicitud mayor, como efectuar una donación, tendrán una elevada presión interna para actuar consecuentemente. Esta es la razón por la que el compromiso contribuyó al éxito de Dona Tu Energía. Las empresas realizaron varias cosas en términos de compromiso:



El factor clave fue el compromiso de arriba abajo de toda la empresa

SIA LANEKS firmó un Convenio a principios de 2009 y acordó llevar a cabo la campaña Dona Tu Energía, donando el 25% de la energía ahorrada a la Asociación Nacional de Letonia contra el Abuso y el Tráfico de Drogas.(Anexo I).

SIA G.R.I.F. firmó un convenio en Mayo de 2009 y acordó llevar a cabo la campaña Dona Tu Energía, donando el 30% de la energía ahorrada a la Fundación para la Infancia de Letonia (Anexo I).

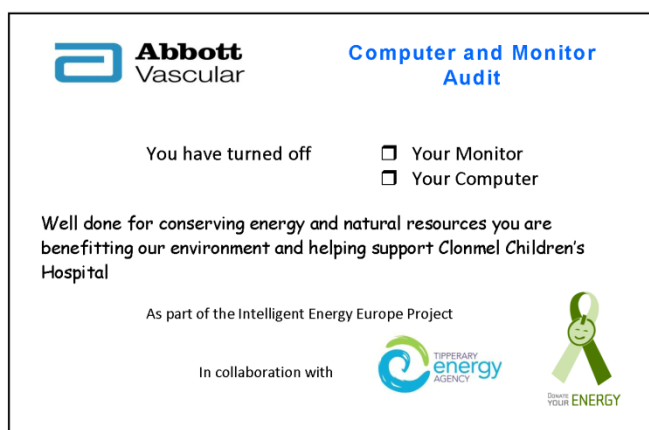
Abbott se comprometió al ahorro de energía y la donación. Decidieron efectuar la donación a la Sala Infantil del Hospital de Tipperary, Clonmel.

Grupo Disfrimur no firmó ningún compromiso ni convenio ya que ARGEM y la empresa decidieron omitir el acuerdo formal. Sin embargo, después de la campaña se firmó un certificado reconociendo que la donación se había efectuado.

ACTUACIONES EMPRESARIALES BAJO DONA TU ENERGÍA

La página web de Abbott soporta y mantiene un registro de los proyectos de reducción de energía en un esfuerzo continuo para mejorar su conservación de energía. Dona Tu Energía fue responsable de dos proyectos de ahorro energético.

1. Apagado de ordenadores, luces y equipos no críticos y
2. Apagado de los equipos de trabajo.



Las tarjetas con avisos fueron efectivas para señalar la actuación del personal

Como ya se ha detallado el Grupo Disfrimur implementó:

1. Cursos de conducción efectiva.
2. Sistemas de elevación automática de las barreras en los peajes en las autopistas para evitar parar el vehículo.
3. Investigación del uso de hidrógeno mezclado con el carburante en los motores para aumentar la eficiencia.

Los consultores de SEF observaron que las principales oportunidades para el ahorro de energía estaban iluminación, calefacción, consumo de agua, ventilación de los edificios, equipamiento de oficina y electricidad de los procesos no críticos. En las empresas participantes se llevaron a cabo las siguientes acciones específicas:

1. Reducción de la iluminación general y fomento del uso de la iluminación natural.
2. Instalación de enchufes múltiples para evitar el uso del standby.
3. Promoción del uso racional del agua.
4. Instalación de programas con opción de encendido que apaguen los ordenadores tras un periodo de inactividad.
5. Ventilación de los locales mediante la apertura periódico de las ventanas.
6. Control de la temperatura de calefacción.
7. Reducción de la temperatura de calefacción los fines de semana.

ÉXITO EN EL AHORRO ENERGÉTICO

El éxito de las campañas puede medirse en valores de ahorro energético y su coste, y éstos fueron:

AHORRO ENERGÉTICO	
Abbott	€ 8 726
LANEKS	€ 5 860
GRIF	€ 644
Grupo Disfrimur	€ 38 000*

*Grupo Disfrimur tomando una reducción conservadora de la energía en combustible el gasto equivale a una reducción de 2 o 3% lo que significa un ahorro en combustible de 3.6km/L, tomando como referencia las cifras de 2006 y el precio de 80c/L estos ahorros suponen a la empresa 388 000 € .

Podemos ver un ejemplo de la conservación de la energía concreta realizada por las empresas Lituanas.

En primer lugar SIA LANEKS donde:

DONA TU ENERGÍA

donar ahorros en costes de energía para una buena causa

- Recorte en el consumo de electricidad 11%.
- Recorte en el consumo de gas 8%.
- Recorte en el consumo de agua 7%.

Mientras que en SIA GRIF:

- Recorte en el consumo de electricidad 3%.
- Recorte en el consumo de gas 27%
- Recorte en el consumo de agua 32%

ASOCIACIONES DE BENEFICENCIA Y DONACIONES DE ÉXITO

En todas las empresas las asociaciones benéficas fueron seleccionadas por acuerdos entre los representantes de todos los departamentos implicados. De esta forma la asociación de beneficencia resultaba igual de importante para la dirección como para los trabajadores, estableciéndose los lazos de posesión de Dona Tu Energía por toda la empresa. Las selecciones fueron:



En España el Grupo Disfrimur donó a una ong llamada En Ruta Solidaria que ayuda a mejorar la nutrición, salud y educación en Mauritania con particular atención a la infancia. La asociación benéfica reparte mercancía entre los centros

de nutrición infantiles, además de provisiones a los hospitales, escuelas y centros deportivos. En Ruta Solidaria llega a todas las zonas desprotegidas de Mauritania.

www.enrutasolidaria.org

En Irlanda Abbot hizo su donación a la Sala Infantil del Hospital de Tipperary en Clonmel. Esta unidad proporciona especial cuidado a los niños y de esta forma los trabajadores sentían que estaban colaborando en mejorar la salud de los pacientes de la Sala Infantil.



SIA GRIF contribuyó a la Fundación para la Infancia de Letonia que ha venido desempeñado labores de apoyo a niños y jóvenes desde hace 20 años en áreas de

salud y educación.

SIA LANEKS contribuyó con la Asociación Nacional Contra el Abuso y Tráfico de Drogas de Letonia que ayuda a la desintoxicación y desarrolla programas antidroga.



El beneficio a todas valiosas asociaciones caritativas seleccionadas por las empresas participantes alojó Dona Tu Energía en la rutina diaria de los trabajadores y garantizó la importancia del ahorro de energía. En general las empresas no dieron información de la cantidad ahorrada de energía donada a la beneficencia durante la campaña pero mantuvieron informados a sus trabajadores de los beneficios de sus acciones.

Además del ahorro energético otra medida de éxito fue la importante donación hecha a entidades benéficas, que alcanzó los 6 665 €. Las donaciones individuales se detallan a continuación:

DONACIONES A LA BENEFICENCIA A PARTIR DE LOS AHORROS ENERGÉTICOS

Abbott 2 000 € a Childrens Ward Tipperary Hospital

Disfrimur 3 000 € a En Ruta Solidaria

LANEKS 1 465 € a National Association against Drug Abuse

GRIF 200 € a Latvian Childrens Fund

TOTAL 6 665 €

COMUNICACIÓN

Se efectuó la concienciación de la campaña Dona Tu Energía a través de las empresas, desde la dirección a todos los trabajadores, mediante varios canales de comunicación. A continuación se detalla un breve resumen de las actividades de comunicación en los distintos países:

1. Abbott utilizó preferentemente notas internas, avisos en los tableros de anuncios, tarjetas de aviso en los ordenadores, carteles, correos electrónicos. En Abbott no pudo promoverse la campaña a través de su página web debido a la falta de recursos del personal para desarrollar y actualizar los materiales en internet. Para evitar que surgieran problemas de comunicación por este motivo, Abbott realizó una importante labor de recordatorio a los empleados mediante correos electrónicos y tarjetas de aviso que hacían mención a la campaña y a su desarrollo.
2. Para ARGEM resultó más complicado utilizar la comunicación para concienciar ya que los conductores están siempre en la carretera y lejos. En este caso las visitas periódicas y el seguimiento de un curso de conducción resultó esencial para proporcionar la información a los conductores. Grupo Disfrimur también promovió la concienciación y los resultados de la campaña a través de su página web, tal y como ya se ha mencionado. <http://www.grupodisfrimur.com/noticiasdetalle.php?id=150>
3. La información del envío de la ayuda a Mauritania también se encuentra incluida en la web de En Ruta Solidaria: <http://www.enrutasolidaria.org/>
4. En Riga, las empresas informaron a su personal de los resultados de Dona Tu Energía y de otras actividades de promoción implementadas por SEF. La concienciación comenzó a través de los seminarios inaugurales y continuó a través de los directores de ahorro energético, folletos, carteles, adhesivos y recordatorios, siendo todos ellos útiles. Las páginas web de todos los socios resultaron útiles para actualizar la información de la campaña. http://www.sef.lv/pub/?doc_id=28466



Los empleados se mostraron satisfechos de poder contribuir a una donación a la beneficencia

BENEFICIOS DE DONA TU ENERGÍA

Los participantes y los socios han señalado muchos beneficios de la campaña, entre los que se pueden destacar:

1. Ahorros energéticos y económicos (anteriormente mencionados).
2. Donaciones a asociaciones de beneficencia y personas necesitadas.
3. Aumento de los niveles de concienciación energética.
4. Cooperación interdepartamental en las empresas favoreciendo las buenas relaciones laborales.
5. Provisión de una línea base a partir de la cual se pueden realizar futuros ahorros.
6. Cosas adicionales del proyecto: el Grupo Disfrimur ha instalado equipamiento y Abbott está buscando sistemas tecnológicos de apagado automático de los ordenadores por las noches y los fines de semana.
7. La concienciación del uso de energía en los hogares también se incrementó.
8. Las emisiones de Dióxido de Carbono se redujeron en 401 toneladas; ver el análisis y la tabla abajo
9. ARGEM ha plantado la semilla para el éxito de la campaña Dona Tu Energía a través del impacto futuro de las inversiones en (1) sistemas para la elevación automática de las barreras en carretera (2) formación a los conductores. Estos impactos a pesar de ser difíciles de medir en el tiempo van a repercutir en enormes beneficios en el futuro para el Grupo Disfrimur. Igualmente SEF y TEA también sienten que sus enseñanzas de buenas prácticas de ahorro energético en sus respectivas empresas conllevarán importantes beneficios futuros.
10. La reducción en el calentamiento global, cambio climático y factores relacionados

DONA TU ENERGÍA

donar ahorros en costes de energía para una buena causa

Tabla 1: Ahorros energéticos y reducción de emisiones como resultado de Dona Tu Energía

Empresa	Ahorro Energético	Reducciones de Dióxido de carbono (t)
Abbott	63 383 kWh	39
Grupo Disfrimur	1.75 x 10 ⁶ road km	333
LANEKS	73 250 kWh	26
GRIF	8 050 kWh	3
TOTAL		401

(Esta tabla representa un análisis simple en el cual los factores de emisión utilizados son 0.19kgCO₂ por km recorrido, 0.62kgCO₂/kWh de electricidad generada (Irlanda), 0.354kg CO₂/kWh electricidad generada (Letonia), coste de electricidad en Letonia tomado aproximadamente a 8c/kWh).

LECCIONES APRENDIDAS PARA FUTURAS CAMPAÑAS Y PROYECTOS

Las consecuencias aprendidas por Abbott fueron:

1. La comunicación constante es un factor crítico en las campañas de conservación de la energía.
2. Es imperativo programar las auditorias consistentemente.
3. Los empleados valoraron la idea de utilizar entidades benéficas locales.
4. Las tarjetas de avisos demostraron ser útiles y tuvieron una valoración positiva.
5. La duración máxima de la campaña debe ser de un año ya que el un período mayor el personal comenzaría a cansarse del mensaje.
6. Las tarjetas de auditoría de los ordenadores funcionaron bien ya que eran un recordatorio psicológico de buen comportamiento.
7. Hacer un listado de las actuaciones en forma de concurso mejora la motivación.

Similares resultados se extrajeron en SIA GRIF y SIA LANEKS:

1. La selección de la entidad benéfica por el personal fue una estupenda idea para engendrar posesión en la campaña.
2. Los seminarios de inauguración son una herramienta efectiva para informar e involucrar a los empleados.
3. Nombrar responsables del ahorro energético en cada departamento es esencial.
4. La cooperación estrecha y el apoyo entre la agencia de energía y la dirección de la empresa es también esencial.

ARGEM coincidió en muchos de los aspectos ya señalas y además añadió:

1. La selección cuidadosa de las empresas con gran potencial de ahorro energético, particularmente aquellas relacionadas con la logística ayuda a que las cantidades ahorradas sean muy elevadas. Aunque pueda parecer pequeño una conservación de 2-3 % en el Grupo Dsifrimur es, sin embargo, el responsable del mayor ahorro de la tabla anterior.
2. Es muy importante intentar diseñar un programa de conservación con beneficios futuros y en este sentido aparece la importancia de la conservación de la energía.
3. La fase de compromiso en la conservación de la energía es tan importante que un elevado nivel de garantía personal era suficiente y no se consideró necesaria la formalización de un convenio.

Un resultado común que puede ser aplicado en todas las empresas fue: era impracticable la instalación de dispositivos de medida de la actividad, como por ejemplo Contadores de Progreso. En términos de control de la medida de energía cada empresa tenía sus propios sistemas y equipamientos y simplemente no tenían tiempo para dedicar a este aspecto. En este sentido, el contador de Negawatt, donaciones y emisiones de CO₂ no pudo ponerse en práctica. Como no era posible para las empresas medir los ahorros a medida que se iban generando, se tuvo que hacer el cálculo al final de la campaña. Los datos se midieron en las empresas y se verificaron por ARGEM, TEA y SEF.

VALORACIONES DE LOS PARTICIPANTES

Jurijs Ašomkins, LANEKS, Director Técnico :

"Dona Tu Energía proporciona un modo ideal de motivar a las personas en el ahorro de energía y también apoya el excelente trabajo de la Asociación de Prevención para la Drogadicción. Estamos encantados de que esta excitante iniciativa haya tenido tanto éxito y hayamos contribuido a la prevención de drogadicción y al mismo tiempo hayamos reducido las emisiones de carbono de nuestros procesos."

Pēteris Celmiņš, GRIF Director Comercial:

"El personal de GRIF estaba encantado de poder contribuir a la labor de la fundación para la Infancia de Letonia. Esto proporcionaba una motivación adicional a la gente para maximizar los ahorros y lograr una valiosa contribución para la Fundación, la cual ha venido apoyando a los necesitados desde hace 20 años."

Miguel A. Sánchez, Director de Mantenimiento y Energía, Disfrimur:

"Dona Tu Energía ha sido una excelente plataforma para que nuestros empleados contribuyan a donaciones a entidades benéficas como En Ruta Solidaria. Aquellos que han hecho efectivo el ahorro de combustible están muy orgullosos de haber ayudado a donar 3000 € a la población más necesitada de Mauritania y están encantados de haber participado en el proyecto."

Nigel Hickey Coordinator Medioambiental, Departamento EHS, Abbott:

"Es estupendo que TEA haya sido capaz de proporcionar consejo al personal de Abbott para el ahorro de energía. Dona Tu Energía está dando un gran apoyo a las empresas."

Counters

Negawatt	<input type="text" value="0"/>	-	+	save
Co2nter	<input type="text" value="0"/>	-	+	save
Donations	<input type="text" value="0"/>	-	+	save

1 Energía, CO2 y donaciones pueden mostrarse online

Los ahorros financieros eran, no obstante, el aspecto más importante del proceso ya que las donaciones se calculaban sobre esta base, así que se diseñó un contador de donaciones que puede verse en las páginas web que se detallan más abajo. Aunque también se tenía una herramienta online para los ahorros de CO2 no pudo utilizarse por las razones que antes se indicaron. Si fuera necesario se podrían situar de forma retrospectiva los ahorros de CO2 en la página web.

OTRAS ACTUACIONES RELACIONADAS CON DONA TU ENERGÍA

Un breve párrafo para ayudar a poner en común la diversidad de actividades llevadas a cabo dentro de las empresas reclutadas en relación a Dona Tu Energía. Por ejemplo:

1. Grupo Disfrimur llevó a cabo una intensa investigación en eficiencia energética e inversión en tecnología para ahorrar energía en el transporte.
2. Ya se ha comentado que Abbott organizó charlas a la hora del almuerzo y demostraciones sobre energía para sus empleados de forma continua. También se ha indicado que Abbott desarrolló junto a TEA una campaña energética que se está impartiendo en las escuelas.
3. Abbott también organizó varios cursos externos sobre energía
4. Dona Tu Energía en Riga incluyó que el personal informaba sobre la conservación de energía en sus propios hogares.

DONA TU ENERGÍA

donar ahorros en costes de energía para una buena causa

TAREAS Y DOCUMENTACIÓN

Como parte del esquema de trabajo se realizaron las 10 tareas que a continuación se explican

TAREAS

Tarea 1: Nada de lo indicado hubiera sido posible sin el apoyo técnico y administrativo de Consulteco al proyecto (Documento 4.1). Además de esta documentación, la experiencia ganada durante el proceso de reclutamiento y el trabajo con las compañías mencionadas fue compartido entre todos los socios. Esto permitió la resolución de problemas y compartir las soluciones. Las reuniones del proyecto fueron muy útiles en este sentido.

Tarea 2: Se desarrolló un sistema para que las empresas midieran la energía consumida previamente a la campaña así como el consumo durante el proceso, lo cual proporciona un sólido método de medición para las organizaciones (Documento 4.2). Las empresas de Riga encontraron estas plantillas útiles. Sin embargo, ya se ha comentado anteriormente que las otras empresas tenían sus propios sistemas de medida y control de la energía consumida. El consorcio decidió dejar a libre elección la alimentación y apoyo de las metodologías internas en cualquier modo posible. Los datos retrospectivos, los datos a final de campaña y los datos durante el proceso en aquellos casos en que se pudieron tomar, fueron todos estudiados por las agencias de energía implicadas. En resumen, los socios del Consorcio tuvieron la posibilidad de utilizar las plantillas desarrolladas. En aquellas empresas en que no se utilizaron las plantillas, los socios relevantes apoyaron a las empresas en sus actuaciones alternativas.

Tarea 3: Como ya se ha comentado anteriormente fueron seleccionadas cuatro empresas para llevar a cabo el proceso piloto. Los casos de estudio de estas empresas se proporcionan en el paquete de trabajo 5, concretamente en la documentación 4.5.

Tarea 4: Las empresas participantes y su personal acordaron a que entidades benéficas darían la donación de sus ahorros. En un único caso este proceso no se ha realizado aún, aunque Abbott está a punto de efectuar la donación y presentarla a la

Sala Infantil del Hospital de Tipperary hospital. La justificación de este hecho podrá presentarse más adelante.

Task 5: Los Convenios se acordaron y firmaron en todos los casos menos en el Grupo Disfrimur (Anexo I). Los motivos por los que el Grupo Disfrimur no formalizó el acuerdo se han mencionado ya. En el caso de Abbott la presentación de este convenio a la beneficencia no se llegó a realizar por motivos de falta de tiempo del personal y por la protección de la imagen corporativa. Las empresas implicadas específicamente renunciaron a eventos de alto nivel por dos razones:

- Falta de recursos, especialmente de tiempo
- Their wish to guarantee savings and donations before promises were made in the public eye

Tarea 6: Como ya se ha explicado se lanzaron e implementaron exitosas campañas de ahorro de energía

Tarea 7: Se grabaron los consumos de energía y se identificaron los ahorros finales, tal y como se ha presentado anteriormente.

Tarea 8: Se realizó la donación a las asociaciones benéficas de la proporción acordada del ahorro de la energía. Ya se ha indicado que en un único caso –Abbott- este punto está pendiente. Abbott desea estar 100 % seguro del importe ahorrado y la promesa de efectuar la donación es absolutamente fiable.

Tarea 9: Se desarrollaron plantillas para las páginas web. El objetivo de estas páginas era proporcionar la evaluación al personal sobre su progreso en el esfuerzo del ahorro energético y dar los datos últimos de los beneficios. En general este punto no pudo realizarse debido a la falta de tiempo del personal en las empresas para poder actualizar los datos de las páginas web, así como por los motivos explicados en relación al deseo de Abbott de presentar una donación genuina. No obstante, se han publicado páginas web al final de la campaña incluyendo los datos de ahorro de los contadores.

<http://www.energyxchange.eu/en/donate.php>

No obstante, el Grupo Disfrimur desarrolló y mantuvo una página web que recopilaba la tarea 9:

<http://www.grupodisfrimur.com/noticiasdetalle.php?id=150>

También fue creado un perfil en Facebook para Disfrimur/ARGEM inicialmente y debido a su éxito está pendiente la creación de perfiles para el resto de las empresas.

Para más información en este enlace se detalla un ejemplo de concienciación desarrollada por uno de los socios en su página web:

http://www.sef.lv/pub/?doc_id=28466

Tarea 10: La evaluación de la iniciativa y el informe de la implementación en los sitios piloto están aquí indicados.

DOCUMENTACIÓN

El consorcio trabajó conjuntamente con las empresas en la redacción de la documentación definida en el anexo. El listado de la documentación que se indica a continuación es el resultado de la exitosa colaboración entre las empresas implicadas.

Documento 4.1: Esquema de trabajo y metodología para implementar Dona Tu Energía en las empresas.

Documento 4.2: Sistema de medición del consumo de energía antes de la campaña y control del consumo durante el proceso.

Documento 4.3: Muestra de Convenio de colaboración que se firma entre las empresas y las asociaciones benéficas y presentación que se efectúa al personal durante la celebración de un evento de alto nivel.

Documento 4.4: Recursos de la página web para proporcionar valoración al personal sobre el progreso de sus esfuerzos en ahorro de energía y beneficios últimos conseguidos para la donación a la beneficencia, incluyendo en la medida de lo posible el recuento de todos los ahorros conseguidos.

Documento 4.5: Resumen de la implementación de la iniciativa en los sitios piloto (aquí contenido).

DONA TU ENERGÍA

donar ahorros en costes de energía para una buena causa

EVALUACIÓN GENERAL Y CONCLUSIONES DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO

6. Medición, supervisión y evaluación.

Los ahorros de energía y los resultados presentados anteriormente son irrefutables. Las tareas y la documentación fueron desarrolladas cumpliendo los plazos previstos. En los casos en los que esto no ha sido posible los motivos estaban fuera del control del consorcio quien rápidamente recondujo los plazos de Dona Tu Energía.

A la luz de nuestra experiencia los proyectos futuros que comprometan empresas IEE y potenciales contratos deberían tener en cuenta las siguientes enseñanzas que representan efectivamente lo que debería hacerse de otro modo la próxima vez:

1. Reconocer la naturaleza extremadamente ocupada y enfocada del sector privado.
2. Reconocer los recursos limitados de las empresas en especial en relación a horas de tiempo laboral.
3. Reconocer que las empresas preferirían no hacer público el valor de las donaciones a la beneficencia.
4. Reconocer que las empresas consideran con extrema seriedad el asunto de su responsabilidad social corporativa y que las decisiones que se toman alrededor de estos asuntos son complicadas y generalmente implican mucho tiempo. Este punto está relacionado con el punto 2 de arriba.

TEA cree que Dona Tu Energía y su motivación al cambio en el comportamiento de conservación de la energía ha tenido éxito. Finalmente comentar los canales de motivación que posee ya que se cree que deberían introducirse en futuros proyectos de IEE que pretendan lograr este tipo de cambios de comportamiento:

1. Compromiso.
2. Altruismo.
3. Protección medioambiental.
4. Ganancias económicas.
5. Ejemplos normativos.

ANEXOS I

DONA TU ENERGÍA

donar ahorros en costes de energía para una buena causa

ANEXO I: COMPROMISOS DE DONA TU ENERGÍA

Ekonomē Energiju Un Ziedo Labdarībai

Apliecinājums

Labdarībai

SIA GRIF piekrīt ziedot Latvijas Bērnu fondam VRN 40008018725 daļu no līdzekļiem, kurus mūsu personālam izdosies ietaupīt pateicoties enerģijas izmaksu samazināšanai energotaupības kampaņas rezultātā. Kampaņa tiks realizēta centrālā ofisā, tirdzniecības nodaļā, filiālē „Darba aizsardzības speciālisti” un veikālā pēc adreses Maskavas ielā 361, Rīgā no 2009. gada 1. aprīļa līdz 31. decembrim.

Energotaupības kampaņas beigās ziedotās enerģijas izmaksu ietaupītās daļas apjomam jābūt 30 %.

Paraksts 

Datums: 05.03.2009.

Vārds, uzvārds: Aleksandrs Grigorjevs

Uzņēmuma nosaukums: SIA „GRIF”

Adrese: Maskavas 361, Rīga

Šīs deklarācijas izpilde nav obligāta.

Ekonomē Energiju Un Ziedo Labdarībai

Apliecinājums

Labdarībai

SIA Laneks piekrīt ziedot Biedrībai „Nacionālā narkomānijas apkarošanas asociācija” daļu no līdzekļiem, kurus mūsu personālam izdosies ietaupīt pateicoties enerģijas izmaksu samazināšanai energotaupības kampaņas rezultātā. Kampaņa tiks realizēta centrālā ofisā pēc adreses Lubānas ielā 143, Rīgā un trīs filiālēs (Jūrmalas gatve 3a, Satekles iela 1 un Biķernieku iela 24b) no 2009. gada 1. marta līdz 31. decembrim.

Energotaupības kampaņas beigās ziedotās enerģijas izmaksu ietaupītās daļas apjomam jābūt 50 %.

Paraksts 

Datums: 06.02.2009.

Vārds, uzvārds: Aleksandrs Ufočkins

Uzņēmuma nosaukums: SIA „LANEKS”

Adrese: Lubānas 143, Rīga, LV-1021

Šīs deklarācijas izpilde nav obligāta.

DONA TU ENERGÍA
 donar ahorros en costes de energía para una buena causa

ANEXO II DATOS DE CONSUMO DE ENERGÍA Y AGUA

GRIF medidas para Gas y Agua

Mes	Consumo de Energía (kWh)		Gas		Agua	
	'08	'09	'08	'09	'08	'09
1						
2						
2						
3						
4						
5						
6	254.78	309.47			16.9	18.72
7	308.87	338.65			16.9	15.30
8	281.29	325.55			16.9	8.44
9	313.56	336.83			16.9	10.81
10	279.82	230.25	150.42	102.3	16.9	9.05
11	311.08	280.50	420.36	240.1	16.9	8.90
12	424.31	300.40	789.9	656.2	17.85	9.50
TOTAL	2173.7	2121.6	1360.7	998.6	119.25	80.72

DONA TU ENERGÍA

donar ahorros en costes de energía para una buena causa

LANEKS medidas para gas y electricidad

Month	Lubānas iela 143		Jūrmalas gatve 3a		Satekles iela 1		Biķernieku iela 24b	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009
1	1528.48	1855.38	585.13	1206.12	252.6	216.92	293.45	283.38
2	1368.43	1224.83	474.91	1053.4	226.26	132.9	243.19	247.69
2	1185.87	1425.13	1820.27	879.83	159.22	159.24	258.26	269.1
3	1712.18	1540.96	579.87	521.88	356.23	320.61	362.61	326.35
4	1488.32	1339.49	403.15	362.84	34.65	31.19	255.51	229.96
5	1501.91	1351.72	390.76	351.68	185	166.50	161.08	144.97
6	1653.82	1488.44	337.08	303.37	179.31	161.38	268.9	242.01
7	1708.39	1537.55	362.23	326.01	190.02	171.02	352.43	317.19
8	1752.69	1577.42	513.12	461.81	195.98	176.38	246.08	221.47
9	2152.93	1937.64	734.46	661.01	227.06	204.35	376.2	338.58
10	2099.16	1920.35	1031.7	980.61	216.57	200.32	390.48	351.43
11	1733.32	1600.45	1193.49	1074.14	170.94	160.54	333.36	300.02
12	1528.48	1855.38	585.13	1206.12	252.6	216.92	293.45	283.38
TOTAL	16988.59	15719.15	7366.13	5923.18	1914.98	1751.53	3004.91	2741.09
1	1091.53	1465.98			209.05	460.67	495.06	1183.81
2	820.69	1555.74			209.05	399.01	495.06	755.23
2	821.96	1394.18			209.05	399.01	495.06	755.23
3	489.61	465.13			209.05	198.60	495.06	470.31
4	133.95	127.25			156.81	148.97	285.17	270.91
5	93.58	88.90			72.5	68.88	0	0.00
6	104.34	99.12			72.5	68.88	0	0.00
7	131.76	125.17			72.5	68.88	0	0.00
8	164.93	156.68			72.5	68.88	0	0.00
9	969.29	678.50			124.62	95.20	0	0.00
10	1197.56	840.10			470.92	340.50	1470.82	1030.02
11	1682.07	1200.30			387.04	390.54	576.94	509.31
TOTAL	5789.05	5175.34	0.00	0.00	1847.49	1848.32	3323.05	3035.78

Month	Lubānas iela 143		Jūrmalas gatve 3a		Satekles iela 1		Biķernieku iela 24b	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009
1	37.44	28.8	69.84	0	5.76	14.4	3.6	4.32
2	43.2	30.24	29.52	0	7.92	0	5.04	3.61
2	43.2	36	45.36	3.61	9.36	7.2	25.21	28.08
3	57.6	43.2	64.8	82.81	7.92	10.81	15.84	4.32
4	46.81	45.41	48.96	47.49	15.12	14.67	12.24	11.87
5	59.04	57.27	32.41	31.44	7.2	6.98	38.88	37.71
6	37.44	28.8	69.84	0	5.76	14.4	3.6	4.32
7	43.2	41.90	28.8	27.94	9.36	9.08	7.2	6.98
8	36	34.92	18.01	17.47	10.81	10.49	9.36	9.08
9	45.36	44.00	18.01	17.47	7.92	7.68	25.92	25.14
10	50.4	48.89	18.01	17.47	20.16	19.56	7.2	6.98
11	53.28	51.68	18.01	17.47	12.96	12.57	8.64	8.38
12	43.2	41.90	18.01	17.47	7.2	6.98	43.92	42.60
TOTAL	478.09	445.17	310.38	280.63	108.01	106.02	194.41	181.16

AGUA

MES	kWh ahorrados	€ ahorrados
2009		
1	4268	588
2	4268	588
2	4268	588
3	4268	588
4	6701	923
5	6701	923
6	6701	923
7	6701	923
8	4268	923
9	4268	588
10	4268	588
11	4268	588
12	4269	588

RENUNCIA DE RESPONSABILIDAD

La información contenida en este documento se considera correcta en el momento de su publicación. No obstante, dicha información puede contener algún error o no ser apropiada en determinados contextos.

Consulteco Ltd, la Agencia de Energía Tipperary, la Fundación Agencia de Gestión de Energía de la Región de Murcia, la Fundación Asturiana de la Energía y la Fundación para la Economía Social rechazan cualquier responsabilidad por daño, pérdida que pueda acontecer en relación a esta información..

La responsabilidad del contenido del texto recae en sus autores. No refleja necesariamente las opiniones de la Unión Europea. La Comisión Europea no es responsable del uso que pueda hacerse de esta información.