

EL ABC de los co-beneficios: ¿Cómo comunicar los beneficios de la energía sustentable?

Asesoría de comunicación de la GIZ México
como parte del proyecto CONECC



Parte 1: Co-beneficios

OBJETIVOS

- Brindar los conocimientos mínimos requeridos para fortalecer los mecanismos de comunicación de co-beneficios en los proyectos.
- Que las personas participantes conozcan los elementos básicos a considerar al elaborar una estrategia de comunicación y los planes de contenidos que se deriven de la misma.
- Facilitar la implementación de las acciones a través de un paquete de herramientas gráficas y de comunicación con insumos como mensajes clave prediseñados, gráficos y viñetas del tema para comunicar los co-beneficios de la energía sustentable.

PREGUNTAS PARA TRIVIA INTERACTIVA

Los co-beneficios son:

- A.** Ventajas que se desprenden de proyectos de energía renovable
- B.** Externalidades positivas de proyectos de eficiencia energética
- C.** Valuaciones de impacto en el ahorro de iniciativas de acción climática
- D.** Opción A y Opción C
- E.** Todas las anteriores

Los co-beneficios:

- A.** Siempre se tienen que medir
- B.** A veces se pueden medir
- C.** Algunos se pueden medir
- D.** Pueden ser cualitativos
- E.** Opción A y Opción D
- F.** Todas las anteriores

Los co-beneficios de las energías renovables:

- A.** Incluye el cuidado de especies protegidas
- B.** Incluye los ahorros de un gobierno local
- C.** Pueden contribuir a la disminución de denuncias de delitos al proveer iluminación y seguridad privada
- D.** Opción B y Opción C
- E.** Todas las anteriores

Los co-beneficios:

- A.** Pueden incorporarse a los sistemas de planeación y presupuestación de gobierno
- B.** Facilitan la aceptación de proyectos por parte de poblaciones locales y actores clave
- C.** Se pueden comunicar por Whatsapp
- D.** Opción A y Opción B
- E.** Todas las anteriores

DEFINICIÓN DE CO-BENEFICIOS

El término ‘co-beneficio’ se refiere al cumplimiento simultáneo de varios intereses u objetivos resultantes de una intervención de política pública, una inversión del sector privado o una combinación de ambas.

Helgenberger, S., Jänicke, M. & Gürtler, K., 2019



CO-BENEFICIOS DE LA ENERGÍA RENOVABLE

El objetivo de la acción climática es la reducción de emisiones, los demás beneficios son los co-beneficios.

- Los **beneficios adicionales y simultáneos que se pueden medir** de proyectos de energía renovable y eficiencia energética.
- **Externalidades positivas** de los proyectos de energías renovables y de eficiencia energética.



CARACTERÍSTICAS DE LOS CO-BENEFICIOS DE LA ENERGÍA RENOVABLE Y EFICIENCIA ENERGÉTICA

1

Que se trate de un beneficio **adicional** a los planteados originalmente en los objetivos del programa, proyecto o acción.

2

Que **reporte** un beneficio alcanzado o un costo evitado.

3

Que atañe a alguno de **cuatro ámbitos**: económico, social, ambiental o institucional.

Ámbitos de los co-beneficios de energía renovable y eficiencia energética (ER y EE)



ECONÓMICO



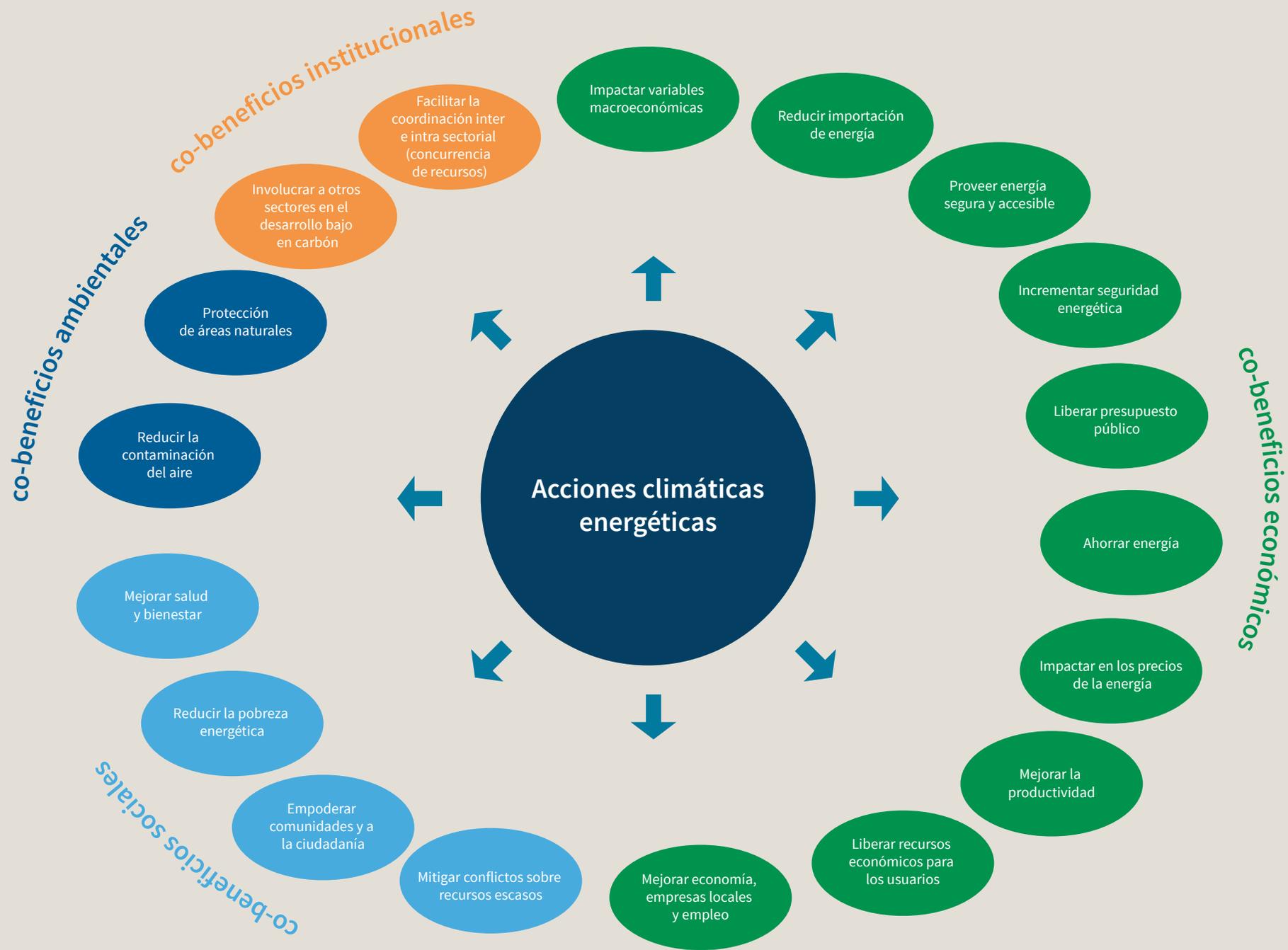
SOCIAL



AMBIENTAL



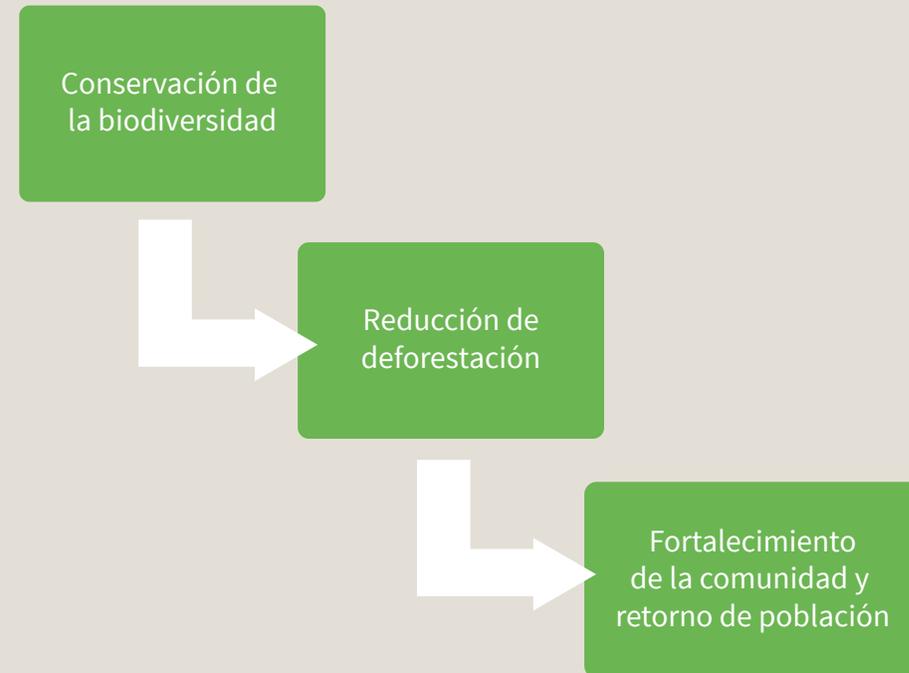
INSTITUCIONAL



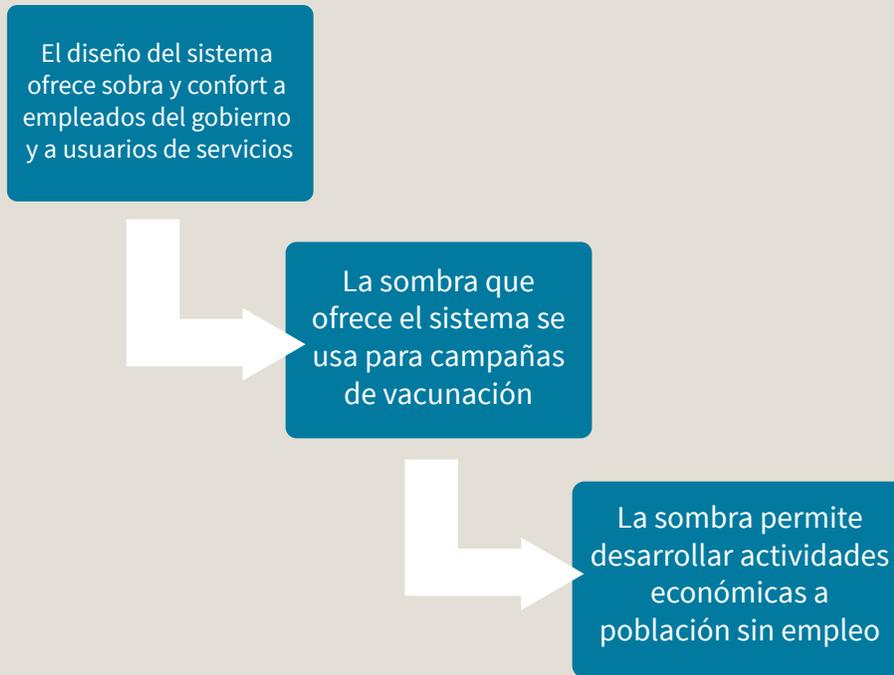
Co-beneficios cuantificables de energía renovable

Cobeneficio	Tipo	Descripción	Proyectos de la Fase piloto donde se podría cuantificar
Empleos generados temporales y permanentes	Social	Refleja el número de puestos de empleo creados como consecuencia de un proyecto de ER, dentro de cada segmento de la cadena de valor del proyecto, es decir, los puestos generados durante la conceptualización, el diseño, la construcción, la operación y el mantenimiento del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> - Impulso a la Sustentabilidad Energética - Parque Nacional los Mármoles - Parque Fotovoltaico Bicentenario de Ciudad Victoria - Parque Eólico Dzilam de Bravo
Perspectiva de género y participación de las mujeres en el desarrollo del proyecto	Social	Evalúa el grado de participación y trabajo de las mujeres en el desarrollo de los proyectos de energía renovable.	<ul style="list-style-type: none"> - Impulso a la Sustentabilidad Energética - Parque Nacional los Mármoles - Parque Fotovoltaico Bicentenario de Ciudad Victoria - Parque Eólico Dzilam de Bravo
Ahorro y generación de ingresos	Económico	<p>Evalúa los ahorros generados por la venta de energía o compensación de energía eléctrica generada en los proyectos de generación distribuida, autoconsumo y gran escala.</p> <p>Evalúa los ahorros generados por la infraestructura evitada al instalar un sistema renovable en lugar de uno convencional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Impulso a la Sustentabilidad Energética - Parque Nacional los Mármoles - Parque Fotovoltaico Bicentenario de Ciudad Victoria - Parque Eólico Dzilam de Bravo
Pobreza energética e impacto económico	Social	Mide la reducción del número de hogares en situación de pobreza energética después de la instalación de sistemas de energía con fuentes renovables.	-Parque Nacional los Mármoles

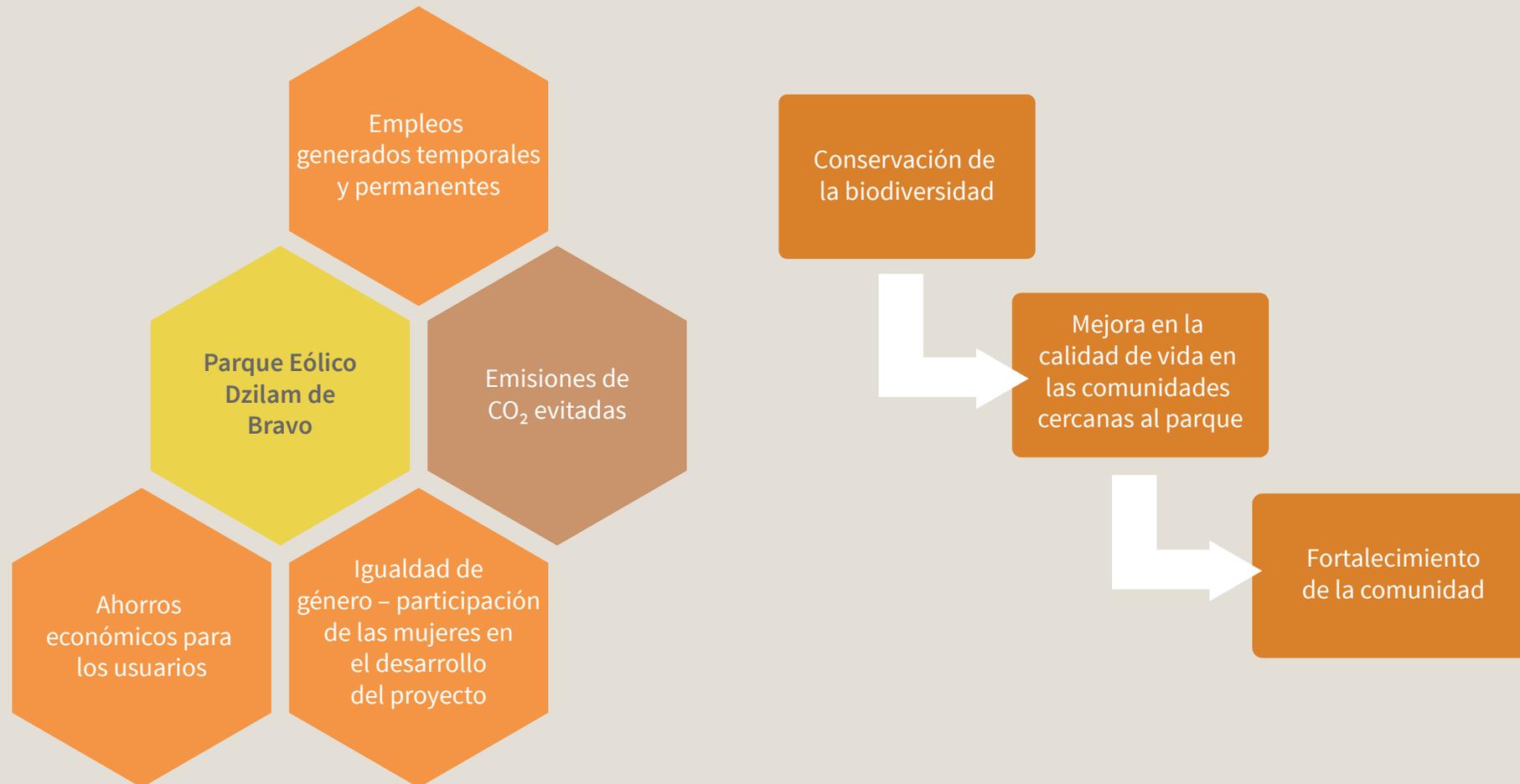
Proyecto: Parque Nacional los Mármoles



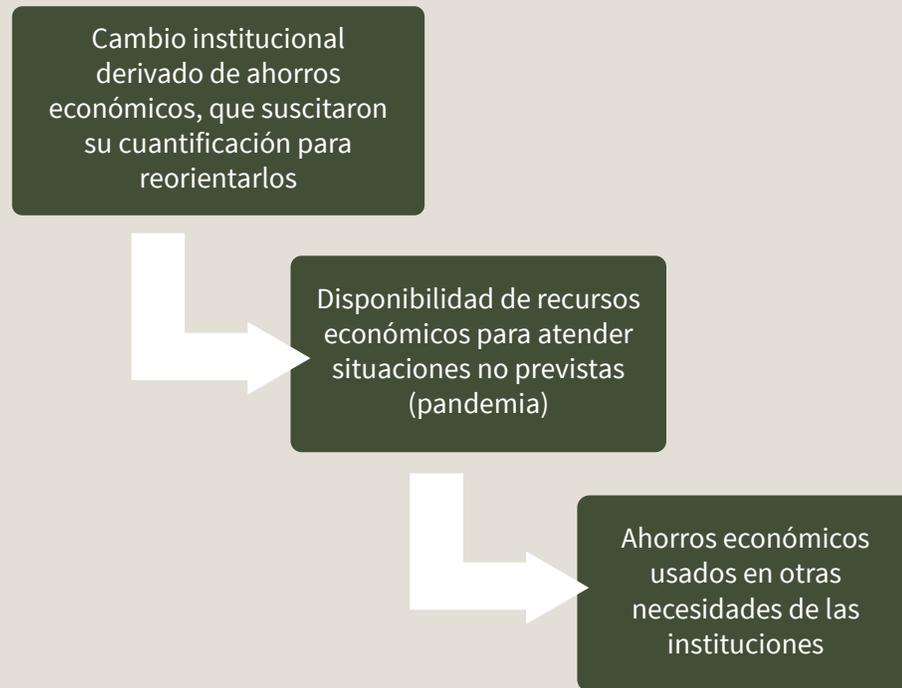
Proyecto: Parque Fotovoltaico Bicentenario de Ciudad Victoria



Proyecto: Parque Eólico Dzilam de Bravo



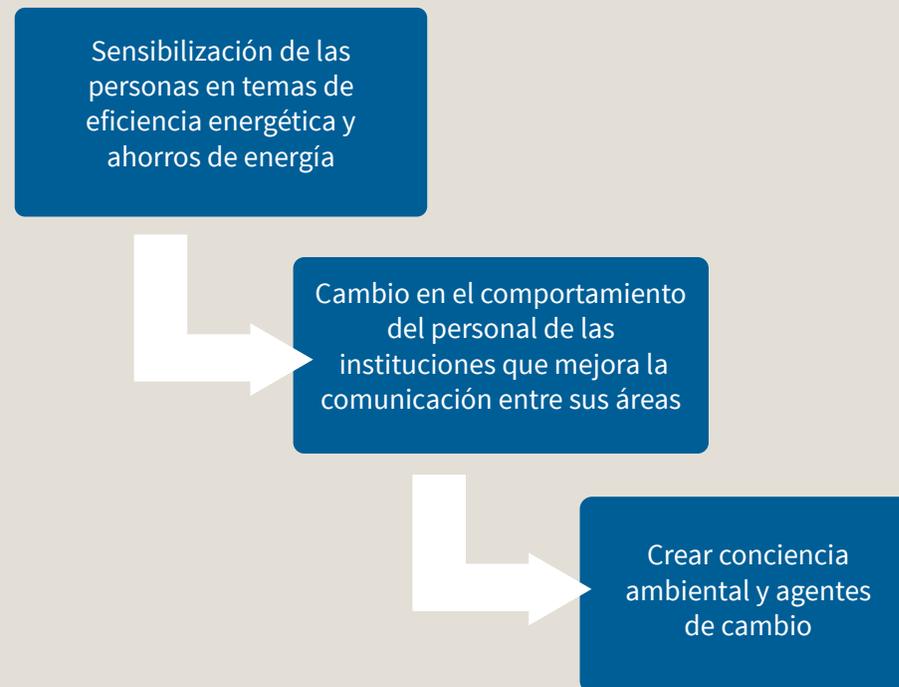
Proyecto: Impulso a la sostenibilidad



Co-beneficios cuantificables de eficiencia energética

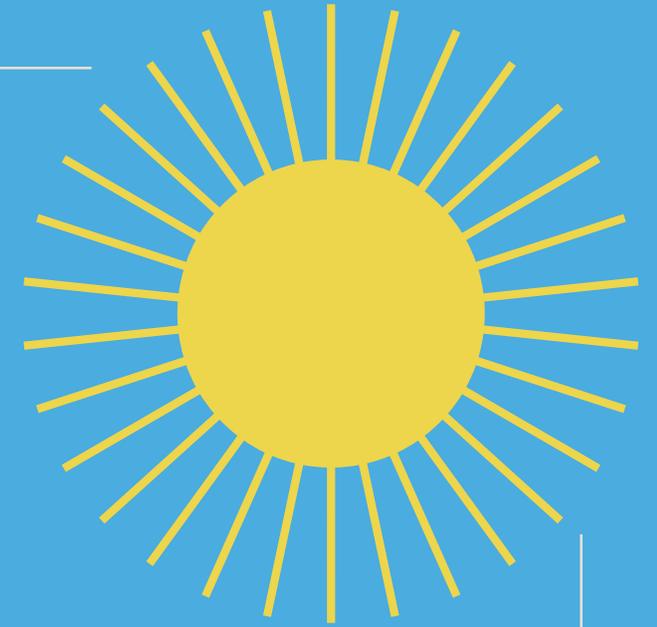
Co-beneficio	Tipo	Descripción
Ahorro monetario	Económico	Impacto derivado del mejor uso y consumo de la energía, reflejado en un pago evitado hacia el suministrador electricidad, como resultado de medidas de ahorro tipo T, M o C.
Empleos directos, indirectos e inducidos	Social	Refleja el número de puestos de empleo creados como consecuencia de un proyecto de EE, dentro de cada segmento de la cadena de valor del proyecto, es decir, los puestos generados durante la conceptualización, el diseño, la construcción, la operación y el mantenimiento de la MEE.
Impacto monetario local originado por la adquisición de nuevos servicios/bienes	Económico	Impacto económico a nivel local debido a la adquisición de nuevos bienes o servicios, que el usuario de energía contrata en todas las etapas de la cadena de valor de las MEE.
Oportunidad a especialistas cualificados	Social	Refleja en cantidad y tipo, la gama de competencias técnicas y/o profesionales que intervienen durante todas las etapas de la cadena de valor de la implementación de las MEE, distinguiendo el número de personas del género femenino.

Proyecto: Programa Oficina Verde POV



Proyecto: Planta de Tratamiento de Aguas Residuales PTAR





Termina parte 1

Parte 2: La comunicación

LA IMPORTANCIA DE COMUNICAR CO-BENEFICIOS



**Es más probable que se adopten
iniciativas climáticas si se enfatizan
los co-beneficios de los proyectos**



Funciones de la comunicación

Apropiación de buenas prácticas por tomadores de decisión
Cambios en opinión pública y percepción
Rendición de cuentas (resultados)
Apropiación comunitaria de proyectos
Acceso a financiamiento verde
Relaciones interinstitucionales y públicas

PROBLEMAS QUE PRESENTA LA COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO CLIMÁTICO

Aversión al riesgo

Las políticas climáticas se tienden a encuadrar en términos de pérdidas, como renunciar al uso del automóvil.

Miopía perceptual (preferencias hiperbólicas)

El tiempo que se requiere entre la acción climática y sus efectos positivos desmotiva a la gente a actuar hoy, porque descuentan el futuro sobre preferencias presentes.

Falta de ímpetu y oportunismo (free-rider)

Las personas prefieren beneficiarse de las acciones de cambio climático que realizan otros, en lugar de actuar ellos mismos. Asimismo, tienden a retrasar su acción hasta que todos los demás hayan actuado.

Falta de agencia de acción climática

Entre actores e instituciones de todos los sectores y países, pero con mayor desarticulación de forma subnacional.

SOLUCIONES DEL ENFOQUE DE CO-BENEFICIOS

Aversión al riesgo

Los co-beneficios extienden un mensaje favorable, como la salud que resulta del uso de la bicicleta, del cambio a electromovilidad, a energía sustentable, etc.

Miopía perceptual (preferencias hiperbólicas)

Existen consecuencias de corto plazo que son realizables y tangibles para la población como salud, ahorros, empleo.

Falta de ímpetu y oportunismo (free-rider)

Los co-beneficios permiten enmarcar las acciones en términos específicos y de manera independiente de las acciones de otros.

Falta de agencia de acción climática

Posiciona el tema en la agenda de la opinión pública y concentra argumentos a favor, permitiendo con ello incrementar la cantidad de personas y actores clave discutiendo del tema. Como consecuencia, se favorece, la gobernanza en los procesos de toma de decisiones.

Elementos básicos de la comunicación

AUDIENCIAS

CANALES

MENSAJES

CONTENIDO

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE CO-BENEFICIOS

- Es **el conjunto de proyectos/acciones diseñadas** para difundir mensajes de co-beneficios a audiencias clave mediante contenidos focalizados a través de canales de comunicación específicos.
- Tienen como base **eventos presenciales, digitales o híbridos** con la capacidad de integrar a los co-beneficios como un tema central a la discusión pública.

PLAN DE COMUNICACIÓN



Es para un solo proyecto centrado en difundir mensajes sobre co-beneficios a una o varias audiencias clave mediante contenidos focalizados a través de uno o varios canales de comunicación específicos.

Audiencias para gobiernos locales: ¿a quién queremos llegar?



GENERAL
(Empresarios, estudiantes,
sociedad civil, etc.)



**TOMADORES
DE DECISIÓN,
ESPECIALISTAS Y
LÍDERES DE
OPINIÓN**



**COMUNIDADES
EN DONDE EXISTAN
PROYECTOS**

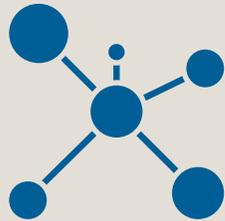


**INVERSIONISTAS
Y FONDOS DE
INVERSIÓN**

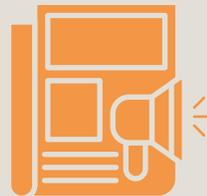


GOBIERNO FEDERAL

CANALES DE COMUNICACIÓN



Redes sociales y comunicación interinstitucional



Prensa

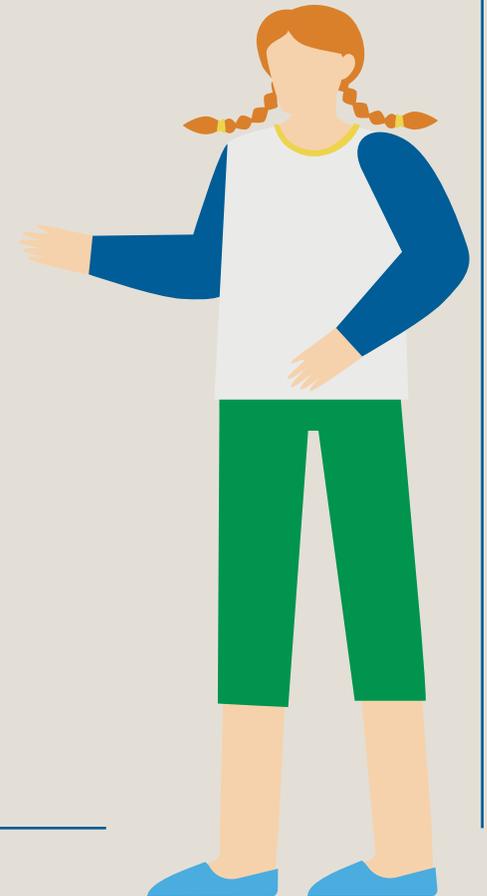
Impresa
Radio/Televisión
Digital



Reportes y artículos técnicos

MENSAJES CLAVE

- La “sofisticación” del mensaje depende de la audiencia
- Se deben favorecer criterios de economía del lenguaje
- Se deben repetir para familiarizar a la audiencia
- Se deben poner datos y números en términos tangibles, visibles y familiares
- Deben atender la aversión al riesgo y la miopía de la audiencia
- Se deben tomar en cuenta criterios de género e inclusión



Momentos de los planes de comunicación

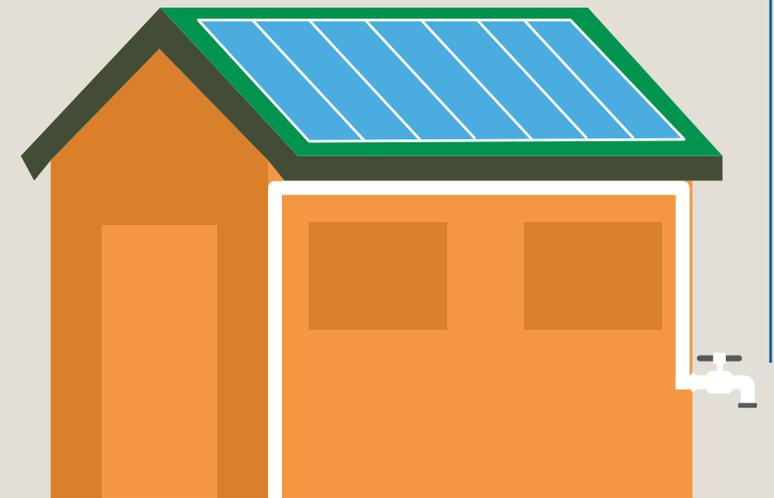


* La presentación de resultados de un reporte de cobeneficios u otro hito como el informe de gobierno o el Día Mundial de la Energía (14 de febrero).

CREACIÓN DE CONTENIDO

Productos de comunicación que se utilizan para difundir mensajes clave alrededor de eventos focales (foros, mesas, encuentros, presentaciones, etc):

- Publicaciones para redes con apoyos gráficos
- Videos
- Audios
- Reportes
 - *Factsheets*, infografías o similares
 - *Sponsordecks*
- Newsletters
- Productos interactivos
- Entrevistas programadas



Ejemplos

Propuesta 1 de mensaje clave para *copy* digital

¿Sabías que el nuevo proyecto de energía (ESPECIFICAR), no solo provee (BENEFICIOS), pero también ayuda que se genere (CO-BENEFICIOS) ¡Esto equivale a (COMPARATIVO)!

¡Acompáñanos en nuestra transmisión en vivo para conocer los principales hallazgos de un estudio creado para conocer más de todas las ventajas de la energía renovable!

Aparta la fecha:

 martes xx de xx de 2021

 11:00 h (LOCAL); 10:00 h. (CDMX)

 <https://xxx.gob.mx/>

 <https://www.facebook.com/xxx/>

Propuesta 2 de mensaje clave para *copy* digital

Con la instalación de paquetes fotovoltaicos en comunidades aisladas, se mejora la economía y la calidad de vida de los habitantes y, además, se puede incrementar el alcance de programas de monitoreo de fauna en áreas protegidas.

¡Acompáñanos en nuestra transmisión en vivo para conocer los principales impacto de nuestro trabajo en energías renovables en el Informe de Gobierno y conoce más acerca de todas las ventajas de la energía renovable!

Aparta la fecha:



martes xx de xx de 2021



11:00 h (LOCAL); 10:00 h. (CDMX)



<https://xxx.gob.mx/>



<https://www.facebook.com/xxx/>

Propuesta 3 de mensaje clave para *copy* digital

¿Estás pensando en invertir en energías verdes para tu empresa?

El desarrollo de las energías renovables y medidas de eficiencia energética contribuirán con la reactivación económica y pueden atraer enormes ahorros en el mediano y largo plazo para tu empresa.

Este 14 de febrero, ¡acompañanos en nuestra transmisión en vivo para conocer los principales hallazgos de un estudio creado para conocer más de todas las ventajas de la energía renovable!

Aparta la fecha:

 martes xx de xx de 2021

 11:00 h (LOCAL); 10:00 h. (CDMX)

 <https://xxx.gob.mx/>

 <https://www.facebook.com/xxx/>

Propuesta 4 de mensaje clave para *copy* digital

Invertir en energías verdes podría generar ahorros por hasta xx mil millones de pesos y crear xx mil nuevos empleos en los próximos xx años ¿quieres saber cómo podemos lograrlo?

¡Acompáñanos en nuestra transmisión en vivo para conocer los principales esfuerzos de reactivación económica del gobierno del estado!

Aparta la fecha:

 martes xx de xx de 2021

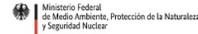
 11:00 h (LOCAL); 10:00 h. (CDMX)

 <https://xxx.gob.mx/>

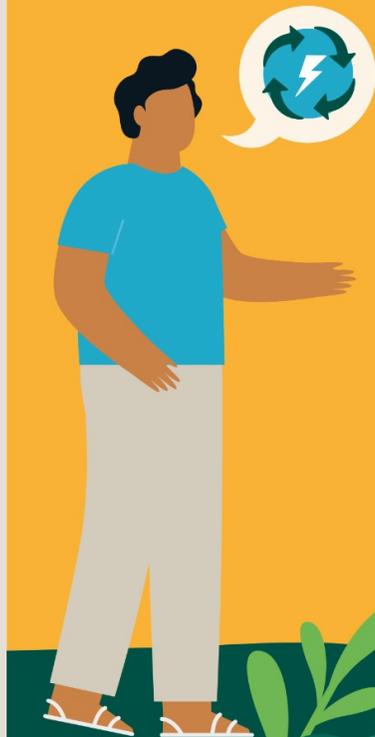
 <https://www.facebook.com/xxx/>



Por encargo de:



de la República Federal de Alemania



¿Sabías que en Yucatán existen **14 universidades públicas** que contribuyen a la formación de **profesionales en el área de energías limpias y eficiencia energética?**

¿Crees que contamos con suficientes personas egresadas para enfrentar los desafíos que presenta la transición energética para la acción climática?

* Fuente: ANUIES. (2019). Anuario Educación Superior – Licenciatura.



SEFOET
SECRETARÍA DE FOMENTO
ECONÓMICO Y TURISMO

SDS
SECRETARÍA DE
DESARROLLO
SUSTENTABLE

CONEEC

giz
On behalf of:
Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Por encargo de:

Ministerio Federal
de Medio Ambiente, Protección de la Naturaleza
y Seguridad Nuclear

de la República Federal de Alemania



¿Sabías que **Yucatán**
es el **tercer estado con mayor
potencial de energía eólica**
a nivel nacional y que se podrían crear hasta
117 mil empleos en el periodo 2020-2049*?



* Bajo un escenario de Transición Cero Carbono (TCC).

<p>TE INVITA AL SEMINARIO:</p> <h3>IMPULSA TUS VENTAS EN LÍNEA CON MERCADO SHOPS</h3> <p>WEBINARS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Vendiendo en Mercado Shops <ul style="list-style-type: none"> - Introducción a Mercado Shops - La importancia de generar tráfico en la plataforma - Beneficios del posicionamiento orgánico. 2. Vendiendo en tu página web <ul style="list-style-type: none"> - Página web y comercio - Diseño con plataformas - Diseño responsivo 3. Vendiendo en redes sociales <ul style="list-style-type: none"> - Campañas de publicidad - Segmentación - Estrategias de e-mail marketing - Anuncios en línea y gran venta <p>HORARIO: 9 a.m. a 12 a.m. CUPO LIMITADO EVENTO GRATUITO</p>	<p>Te invita al Webinar:</p> <h3>SEGURIDAD E HIGIENE PARA MIPYMES</h3> <p>jueves 4 marzo</p> <p>Ponente: Lic. Ernesto Segovia Castellot Nardo Consultor Empresarial</p> <p>Horario: 10:00 am</p> <p>EVENTO GRATUITO CUPO LIMITADO</p>	<p>Te invita al Webinar:</p> <h3>SEGURIDAD E HIGIENE PARA MIPYMES</h3> <p>jueves 4 marzo</p> <p>Ponente: Lic. Ernesto Segovia Castellot Nardo Consultor Empresarial</p> <p>Horario: 10:00 am</p> <p>EVENTO GRATUITO CUPO LIMITADO</p>	<p>¿Sabías que en Yucatán existen 14 universidades públicas que contribuyen a la formación de profesionales en el área de energías limpias y eficiencia energética?</p> <p>¿Crees que contamos con suficientes personas egresadas para enfrentar los desafíos que presenta la transición energética para la acción climática?</p> <p><small>* Fuente: ANUIRES (2019). Anuario Estadístico de Yucatán.</small></p>
<p>Te invita al Webinar:</p> <h3>REPARTO DE UTILIDADES EN TIEMPOS DE LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA</h3> <p>jueves 25 febrero</p> <p>Ponente: Lic. Ernesto Segovia Castellot Nardo Consultor Empresarial</p> <p>Horario: 10:00 am</p> <p>EVENTO GRATUITO CUPO LIMITADO</p>	<p>Te invita al Webinar:</p> <h3>REPARTO DE UTILIDADES EN TIEMPOS DE LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA</h3> <p>jueves 25 febrero</p> <p>Ponente: Lic. Ernesto Segovia Castellot Nardo Consultor Empresarial</p> <p>Horario: 10:00 am</p> <p>EVENTO GRATUITO CUPO LIMITADO</p>	<p>Te invita al Webinar:</p> <h3>RIESGOS, SANCIONES Y MULTAS EN COMERCIO EXTERIOR</h3> <p>miércoles 24 febrero 2021</p> <p>Ponente: Lic. Carlos Molina Urbib Agencia Aduanal López Castro</p> <p>Horario: 10:00 am</p> <p>EVENTO GRATUITO CUPO LIMITADO</p>	<p>Te invita al Webinar:</p> <h3>RIESGOS, SANCIONES Y MULTAS EN COMERCIO EXTERIOR</h3> <p>miércoles 24 febrero 2021</p> <p>Ponente: Lic. Carlos Molina Urbib Agencia Aduanal López Castro</p> <p>Horario: 10:00 am</p> <p>EVENTO GRATUITO CUPO LIMITADO</p>
			<p>¿Sabías que Yucatán concentra el 4% de la capacidad instalada total de generación distribuida en México?</p> <p>Con una transición energética justa podemos satisfacer nuestra demanda eléctrica con energía renovable, crear nuevos empleos y generar ahorros para todas las personas.</p> <p><small>Fuente: Comisión Reguladora de Energía (CRE, 2020)</small></p>

STORYTELLING

como estrategia para la comunicación de contenido audiovisual

Video Co-benefits of renewables in India (1:18)

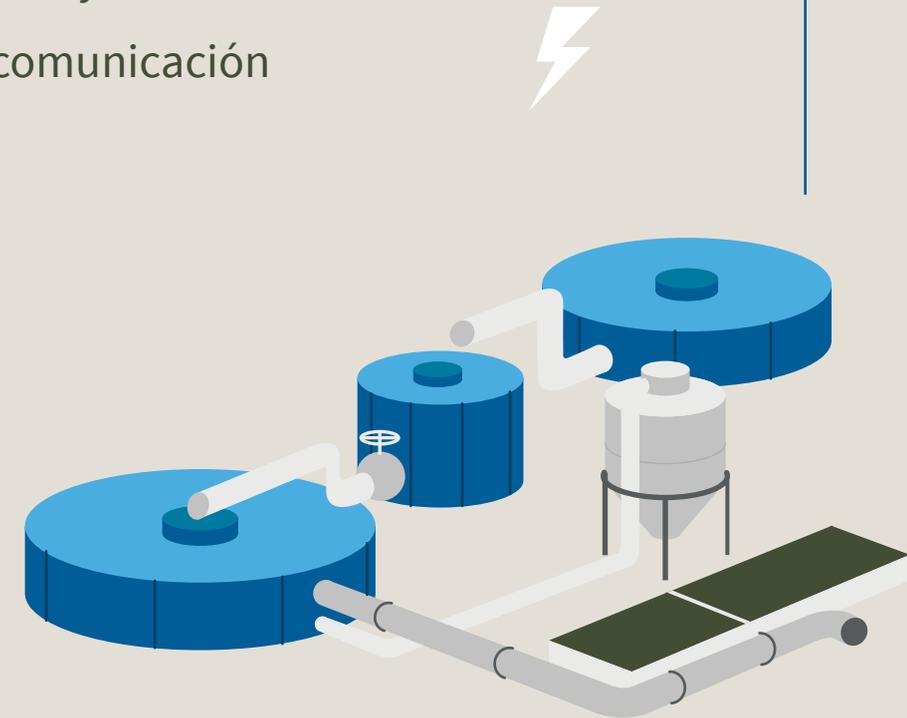
https://youtu.be/tLA_DlcfUZA

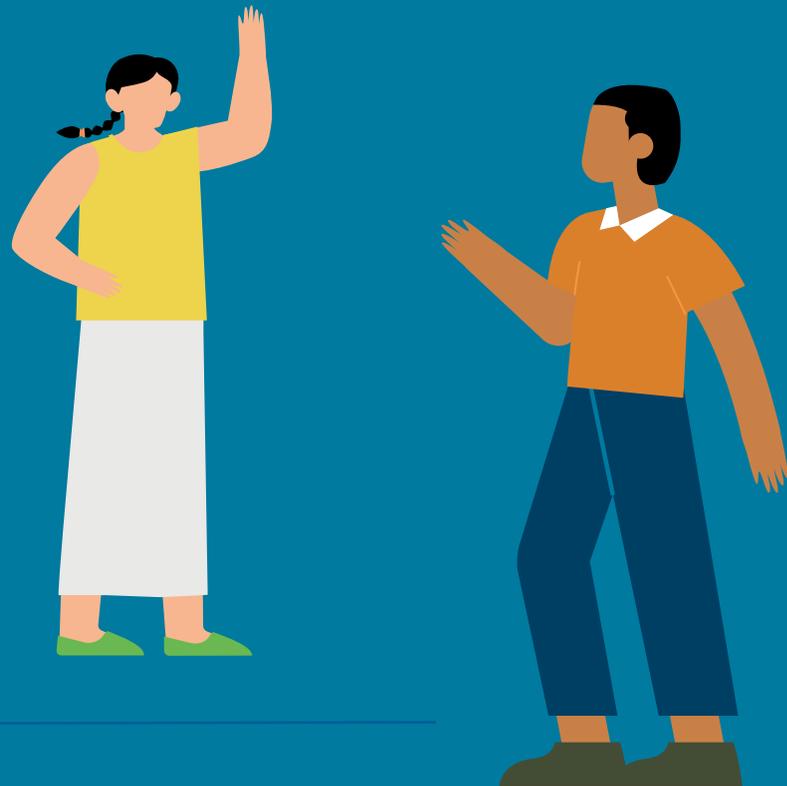
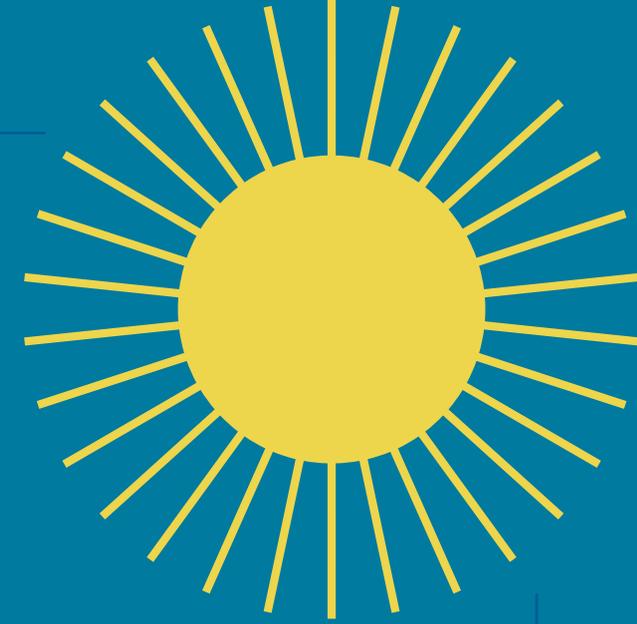
Video Co-benefits de renewables in Turkey (1:17)

https://youtu.be/HsUbxYg_WLA

CONSEJOS FINALES

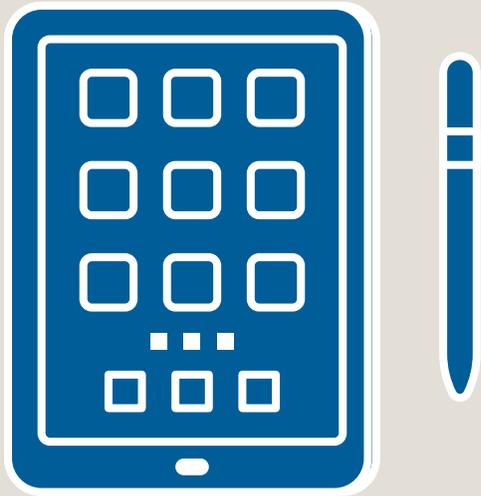
- Integrar con la estrategia de comunicación con otras actividades de gobierno
 - Transversalizar el uso de co-beneficios
- Usar recursos narrativos como storytelling para documentar cómo puede mejorar la vida de la gente
- Identificar necesidades y preferencias de audiencias con relación al canal y medio
- Métricas de seguimiento y evaluación del impacto de la estrategia de comunicación
 - Desempeño
 - Impacto
- Pautar en redes para focalización más específica
- Testimonios son vitales para la apropiación comunitaria



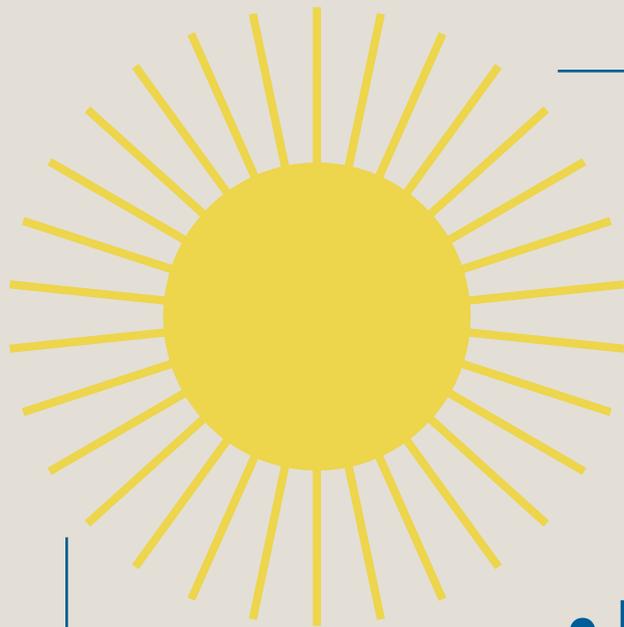


Termina parte 2

TOOLKIT

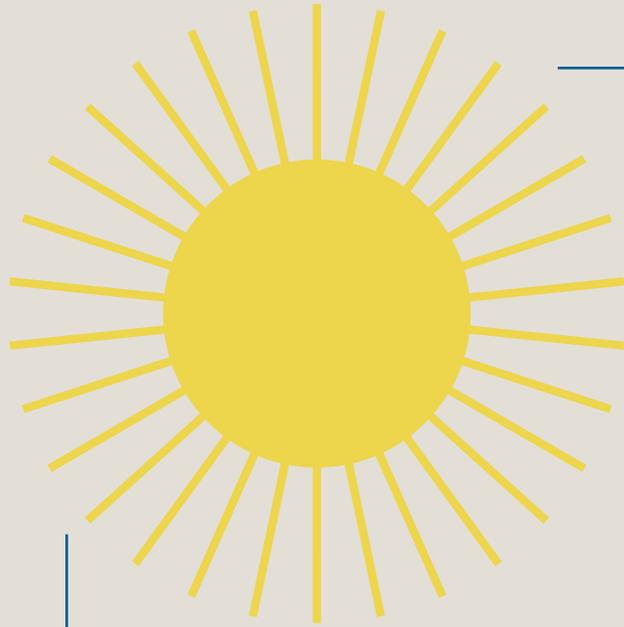


- 1** Material en vectores para uso de diseño.
- 2** Propuesta de diseño gráfico de uso libre.
- 3** Hoja de Ruta para la implementación de un plan de comunicación para el evento.
- 4** Ejemplo de Matriz de Comunicación.
- 5** Plantilla de diagrama de Gantt.



¿Dudas o comentarios?





¡Gracias!

