

Como vender la eficiencia energética:

Persuadir, convencer y vender tecnologías y servicios para el uso eficiente y avanzado de la energía

1



Lograr un uso avanzado de la energía: Un uso eficiente, seguro y responsable, necesita servicios y tecnologías adecuados. Persuadir, convencer, vender y promover es tanto ó más importante que la tecnología misma.

Sin venta no hay resultados.

Guía de conceptos básicos y claves para cerrar ventas de eficiencia energética, sostenibilidad y resiliencia en organizaciones.

Como vender uso avanzado de la energía

Mercadear y vender tecnologías y servicios que prometen lograr uso avanzado de energía, eficiencia energética, sostenibilidad, energías renovables tiene el reto de vender una promesa y poder demostrar y asegurar que lo que se ofrece se va a lograr.

¿Quién vende? El que ofrece la tecnología, los servicios, pero más importante quien debe convencer a su organización de hacer la procura de las tecnologías y servicios que está necesitando, escogiendo y recomendando.

2

La venta se cierra cuando se firma el cheque.

El beneficio se logra cuando se entrega, instala y operan las tecnologías y servicios que se ofrecen.

Si no, no pasa nada.

Por eso la técnica de la venta, y más la de cerrar la venta, es absolutamente crucial para lograr que se haga un uso avanzado de la energía.

Los técnicos a cargo se les facilita su trabajo si conocen el impacto y las prioridades de la organización y con ello claro, pueden explicar, justificar y convencer para que les aprueben, autoricen, compren lo que proponen. Son, de hecho, los que tienen que vender internamente en la organización la innovación, el cambio.

Al mismo tiempo son compradores de tecnología, pues son ellos quienes seleccionan y recomiendan qué comprar, dentro de sus organizaciones.

Esta guía está dirigida a quienes ofrecen productos y servicios para el uso avanzado de la energía: Eficiencia, energías renovables, respaldo de energía.

Pero es lectura indispensable para los compradores de tecnología.

Contenido

Identificación de la necesidad. Real e imaginaria.	4
Valoración relativa de la energía:	6
Costo, seguridad, responsabilidad.....	6
Cálculo de la línea base o referencia de partida.	7
Cálculo del valor de la solución ofrecida, beneficios adicionales, intangibles. .	8
Concepto del centro de compra: Participantes, motivaciones: Gatekeepers, champions y decisión makers.....	10
Barreras:	12
Desconocimiento, escepticismo, temor, riesgos explícitos e implícitos, fondos.....	12
Orientación al logro, estrategias:	13
Fragmentación, Portafolio de inversión, Capital conversacional, Motivación y propósito, Intangibles.....	13
Implementación, evaluación, comunicación, replicación: Capitalización del éxito.	14
Relación con proveedores y contratistas.....	15
Anexo: 20 buenos argumentos para la eficiencia energética.....	16

Identificación de la necesidad. Real e imaginaria.

Una necesidad se atiende. Se resuelve. Resolver una necesidad la mayoría de las veces, no siempre, lleva a comprar equipos, servicios o los dos a la vez. **Es muy difícil si no imposible, vender algo si la necesidad no se identifica o no se entiende.** ¿Quién compra algo que no está buscando, que no cree que necesite?

Con frecuencia nos empeñamos en ofrecer algo que estamos seguro que puede beneficiar a nuestro potencial cliente, y probablemente lo sea, pero **si el cliente piensa que no lo necesita, no lo va a comprar.**

Por ello la **diferencia entre las necesidades reales y las necesidades imaginarias.** La necesidad es una imagen mental, una idea que tiene cada quien, que es muy real y válida en su concepto así nos parezca ilógica e irracional.

Por eso **es de extrema importancia entender las necesidades reales e imaginarias** de cada una de las personas que tiene decisión en la compra de lo que ofrecemos. Cada una tiene necesidades distintas, que ojalá pudieran coincidir en la solución que ofrecemos.

Se dice que en las ventas B2B (Empresa a empresa) las decisiones de comprar las toma lo que se llama el **centro de compra**, o todos los que tienen algo que decir: gerentes técnicos, gerentes de compra, finanzas, gerencia general y asistentes y secretarías con influencia. Y que **las decisiones son racionales y no emotivas**, como en las ventas a consumidores.

Falso.

Todos responden a razones emotivas propias. Necesidades de Seguridad, imagen, bienestar material, emocional, competencia, y hay que identificarlas y ajustar nuestra oferta a atender esas necesidades.

El famoso dicho de “ si compras IBM no puedes equivocarte” es un clásico en las ventas B2B, donde una oferta que puede ser racionalmente mucho más favorable en términos de calidad, precio, desempeño etc., no se hace porque quien toma la decisión teme equivocarse. Teme ser criticado o cuestionado. No quiere arriesgarse a pesar de que es una mala decisión....

Por eso los que vendemos tecnología tenemos que aprender de los médicos generales: Saben preguntar y escuchar para llegar a un buen diagnóstico.

Escuche con atención a sus clientes y entienda que es lo que ellos piensan que necesitan. Atienda sus necesidades reales, pero también las imaginarias.

Si vende eficiencia energética, eso se percibe como un riesgo grande pues hay cambios de procesos, tecnologías, paradigmas y la recompensa que usualmente se ofrece es “vas a bajar tu factura eléctrica”, No se sabe exactamente cuánto, cuando y como puede afectar la solución que ofreces al “business as usual”. No es un elemento muy atractivo. Pero la eficiencia energética **tiene otros poderosos motivadores que tocan la subjetividad**: Es innovación, es eficiencia, es combatir el cambio climático, es mejora de los procesos para hacerlos mas confiables y eficientes. La imagen que se ofrece es mucho más potente que una variación del flujo de caja que prácticamente no ve nadie.

Uso avanzado de la energía es un motivador poderoso y que pocas cosas igualan. No desaproveche la oportunidad. **Identifique los gatillos emotivos y úselos.** Es por una buena razón.

Valoración relativa de la energía:

Costo, seguridad, responsabilidad.

La idea generalizada que tiene la mayoría de la gente sobre la energía es su costo. Si bien es un tema constante, la necesidad de la eficiencia, las energías renovables, el cambio climático, para la gran masa no pasa de ser un entretenimiento, una noticia. La única relación que suelen tener con la energía es la factura mensual. Si es alta, hay atención a la energía. Si es baja, desaparece del radar.

Lo mismo pasa en las empresas, organizaciones. Son personas que las manejan, y solo responden a su costo, si se percibe como alto. Por eso una oferta de tecnología y servicios con la sola promesa de bajar costos es lamentablemente débil. Limita mucho las posibilidades. Los costos por uso de energía deben ser percibidos como muy altos y la oferta que hacemos debe poder bajar de manera significativa esos costos.

Pero hay dos elementos absolutamente claves, fundamentales y muchísimo más importantes que el costo de la energía, que necesitan ser atendido urgentemente:

La disponibilidad de energía. Es la primera y principal. Sin energía no se puede hacer nada. Si falla la energía el foco único, principal urgente y no importa a que costo, es restablecer el suministro, como sea. Los que han vivido huracanes saben lo que es eso. La seguridad energética es absolutamente primordial y más ahora cuando el suministro se está volviendo cada vez más incierto e irregular. Y no solo la disponibilidad, lo es también la calidad de la energía. Una energía irregular y de mala calidad paraliza procesos, daña equipos, nos detiene, con impactos muchísimo mayores que el gasto mensual que se haga en pagar la energía.

La seguridad energética no se percibe como una necesidad pues el suministro ha sido en la mayoría de los casos confiable, estable y económico. Pero ya no es así. ¿Que tan seguro es el suministro de energía? Es un factor a atender.

El otro elemento es la responsabilidad ciudadana: **Uso de energía es contribuir a las emisiones de CO2 directamente y eso es calentamiento global.** Todos los países se han planteado como meta reducir sus emisiones de CO2, entiéndase reducir su consumo de energía, pero eso es un decisión de los usuarios que lo hagan activamente. Reducir consumo en la gran mayoría de los casos lamentablemente no es lo suficientemente atractivo económicamente, pero ciertamente lo es como un deber ciudadano de no malgastar un recurso.

Se puede optar por generar con fuentes renovables, pero ello tiene sentido solo si antes hacemos un uso extremadamente eficiente de la energía, de manera de poder invertir en sistemas de generación ajustados a un uso sin desperdicios.

Cálculo de la línea base o referencia de partida.

Cualquier esfuerzo en disminuir el consumo de energía, ya sea para ahorrar dinero, bajar las emisiones o hacer factible instalar energía renovable tiene que ser evaluado para saber si se están logrando los objetivos. Para evaluar tenemos que tener una referencia con la cual comparar para ver en cuanto cambió nuestro uso con respecto a una referencia.

La metodología tradicional recomienda tener una base de referencia de un año completo, para comparar nuestros consumos a meses similares. Enero con Enero del año referencial, Febrero con Febrero del año referencial y así...

Además hay que ajustar esa referencia a lo que hacemos con la energía: Cuanto producimos al mes, cuantas huéspedes al mes, cuantas camas ocupadas, cuantos pacientes, cuantos platos servidos, cuantos visitantes al

mes, que facturamos al mes. Todo lo que refleje la actividad principal, y dividimos la energía que se usó en el mes (Kwh, p ej.) entre lo producido y nos da nuestro consumo específico: 35 Kwh/ paciente; 150 Kwh / huésped; 3.000 Kwh / m2. Cuando se haga la comparación, calculamos los consumos específicos y los comparamos.

También tenemos que ajustar los meses a una misma base. Las lecturas de consumo eléctrico de la empresa eléctrica se hacen en días diferentes por lo que los días del mes no son siempre iguales. Unas veces el lapso de medición son 29 días, otras 32 y hasta 33, por lo que debemos llevar la línea de referencia a una misma base. 30 días, o los días del mes, pero es importante que comparemos el mismo número de días.

Cálculo del valor de la solución ofrecida, beneficios adicionales, intangibles.

En eficiencia energética lo primero que se suele ofrecer es ahorro. Por lo que la disminución en la factura mes a mes, apoyándose en la referencia de línea base explicada arriba, es el primer cálculo.

En el cálculo del ahorro es importante incorporar el concepto de **ahorros acumulados**. Esto es, si no se hubiera tomado la medida, el costo de la energía sería el mismo. Si la medida propuesta logra ahorros, estos son los mismos mes a mes. Si la factura bajo en 500\$ al mes, cada mes se están ahorrando 500\$ Ojo., no es que la factura se reduce todos los meses en 500\$. Es que ahora el pago por energía es 500\$ menor que antes (comparado con la línea base) Si sumamos a lo largo del año estos ahorros nos da el ahorro acumulado en \$, en Kwh y en toneladas de CO2 y ahí se empiezan ver montos importantes.

La otra manera de demostrar el valor de la **rentabilidad de la solución**.

Para su cálculo debemos estar claros que lo que representa inversión en eficiencia es la DIFERENCIA de costos entre la tecnología tradicional y la tecnología eficiente. **El costo incremental**. Si instalamos un equipo de aire acondicionado eficiente, que cuesta 1.200\$, y uno tradicional que cuesta 900\$, el ahorro que se logra con el equipo eficiente es gracias a los 300\$ de inversión adicional que se hizo en el equipo. **NO EN LOS 1.200\$ DE SU COSTO TOTAL**. Este concepto es importantísimo pues pone la rentabilidad de la eficiencia en otro nivel. Tradicionalmente la rentabilidad se está calculando de manera incorrecta. **La manera correcta es calcular la rentabilidad sobre el costo incremental de la tecnología mejor**.

Dicho esto, la rentabilidad de la solución ofrecida, independientemente de su costo y de los montos de los ahorros en términos absolutos, suele ser extremadamente atractiva.

Es mejor decir que la solución tuvo una rentabilidad del 58% con un retorno simple de 14 meses, que decir que se ahorraron 220\$ al mes...Es mucho más atractivo una altísima tasa interna de retorno que un montón de dinero que no alcanza para mucho...Este argumento es especialmente efectivo cuando se habla con financieros y administradores. Es su idioma.

Pero el uso avanzado de energía tiene beneficios paralelos:

Generalmente se tiene que revisar procesos para hacerlos más eficientes, cambiar a tecnologías más modernas y eficientes y eso por lo general se **traducen en procesos con más productividad, mejor calidad, menos rechazos, menos interrupciones por fallas, menos mantenimiento correctivos**. Si podemos traducir esos ahorros económicos tendremos un monto que por lo general es bastante mayor que los ahorros por disminución en la factura eléctrica.

Una disminución de emisiones puede significar una reducción de cargos por emisiones. Si ellos existieren.

Hay que pensar fuera de la factura eléctrica.

Los mejores beneficios son los intangibles. Difíciles de traducir a dinero pero igual o más valiosos.

El beneficio intangible de ser ciudadano responsable al reducir voluntaria y activamente las emisiones, de hacer lo correcto, por ejemplo.

El beneficio intangible, de disminuir o eliminar del todo el riesgo de quedarse sin energía. ¿Cuánto vale sentirse seguro?

Más allá del ahorro hay beneficios claros y que tiene componentes de intangibilidad, lo que nos permite salir de la limitación que la oferta de eficiencia energética se impone. A la rentabilidad se le asocia exclusivamente la posibilidad de generar un ahorro.

10

Concepto del centro de compra: Participantes, motivaciones: Gatekeepers, champions y decisión makers.

Tal como mencionamos en la sección de necesidades reales e imaginarias, existe lo que se llama el centro de compras, o quiénes son los que tiene algo que decir en cualquier decisión de comprar en una empresa.

El más importante en ese centro de compra y a quien es indispensable conocer directamente y entender sus necesidades y motivaciones, es, dicho coloquialmente, a **quien firma el cheque**. Es ahí donde está la decisión final. Pero **su decisión depende de la opinión que tenga su equipo**, su centro de compras. En este centro participan los que tienen responsabilidad directa: gerente técnico, gerente de compras, gerente general. Pero también la opinión de asistentes, operarios, técnicos y secretarias tiene influencia, cada

uno de ellos tiene sus propias razones para favorecer o no la solución ofrecida y hay que entender sus realidades.

Dentro de los centros de compra existen los “**gatekeepers**” que son los que pueden bloquear o habilitar una compra y no necesariamente están en la línea de responsabilidad. Es por lo general alguien que tiene mucha influencia sobre el centro de compras, a la que es indispensable conocer y atender pues es quien va a abrir las puertas al negocio.

11

Un gatekeeper tradicional suele ser una secretaria o asistente que tiene en su poder el que esta decisión tenga o no curso. Si no “esta para la firma” esto no sucede nunca. Es quien pone el documento a la vista y listo para la firma. O quien da la bendición técnica. Un operario muy veterano y respetado puede ser un importante gatekeeper.

Los champions son aquellos que creen en nuestra oferta y la venden internamente, que no tienen la decisión final de la compra (no firman el cheque) pero que conoce bien la organización por dentro, el centro de compra y a los gatekeepers. Este personaje es fundamental pues es el aliado dentro de la empresa, hay que atender y entender sus motivaciones y necesidades.

Por último está **el Decision maker**, que es el que finalmente aprueba la compra. Tenemos que saber quién es la persona y si esta inclinada a optar por una solución como la nuestra, es decir, que haya intención cierta de comprar. Con frecuencia nos piden ofertas y propuesta para satisfacer una curiosidad técnica sin existir ni siquiera una intención por parte del Decision Maker. En ese caso nuestra oferta no pasa de ser un entretenimiento técnico.

Barreras:

Desconocimiento, escepticismo, temor, riesgos explícitos e implícitos, fondos.

Cada quien en el centro de compras tiene sus razones. Que son las barreras para tomar decisiones:

Las “públicas y notorias”: No hay fondos para eso, no hay dinero, no hay plata. Que se debería haber atendido al principio del proceso de venta. Hay que preguntar a nuestro contacto y preferiblemente al tomador de decisiones (Decisión Maker): ¿hay presupuesto?

Pero esta objeción pudiera surgir al final del proceso de compra lo que en realidad significa que hay otras barreras no evidentes.

No se está seguro de que los beneficios que estamos ofreciendo se pueda lograr, que ello signifique cambios importantes que pueda afectar otras cosas que están funcionando relativamente bien, que signifique un cambio de proveedores de unos conocidos otros nuevos: “más vale malo conocido que bueno por conocer”, que exista otra alternativa más económica.

Hay que tener presente **que habrá otras explícitas y barreras no mencionadas.**

Hay que demostrar que el valor de nuestra propuesta es mucho mayor de la que ellos perciben, Hay beneficios explícitos (ahorros) pero otros implícitos (intangibles), los cuales ya mencionamos en párrafos anteriores.

Hay que estar dispuesto a ofrecer garantías excepcionales que logren vencer las barreras del escepticismo y desconfianza. No se trata de bajar precios. Se trata de hacer ver al cliente que uno tiene la piel en la parrilla con ellos. Que hay un riesgo compartido.

Orientación al logro, estrategias:

Fragmentación, Portafolio de inversión, Capital conversacional, Motivación y propósito, Intangibles.

Estrategias para lograr el objetivo

Fragmentar la oferta, para disminuir la percepción de riesgo. Ofrecer etapas, pasos, fases, con mediciones de resultados en cada una de ellas para demostrar validez y construir confianza.

Portafolio de inversiones. Medidas de eficiencia en varios equipos distintos o partes o sectores que se puedan aislar, se convierten en micro proyectos con sus propias inversiones y rentabilidades. Esto se puede convertir en un portafolio de inversiones en la propia organización y se cambia completamente la naturaleza de “gastar en equipos “a la de “oportunidades de inversión”. Recuerden que están atendiendo a un centro de compra que poco o nada entiende ni le interesa la tecnología, pero si le interesa los beneficios que ella produce. Por eso **el reempaque de la oferta técnica a portafolio de inversiones es una estrategia eficaz.**

Capital conversacional es un concepto cada vez más buscado y utilizado. En las estrategias de comunicaciones en relaciones públicas, mercadeo y posicionamiento de marca, toda organización necesita un tema. **Estar en un proceso de transformación hacia uso avanzado de la energía es un poderoso capital conversacional:** da mucho de qué hablar y habla mucho de la organización. Si ella está en ese proceso quiere decir que hay una mentalidad colectiva a la transformación.

Motivación y propósito. Atraer y mantener recurso humano es clave y ya no basta una simple oferta económica. La oferta tiene que ser más amplia. El propósito central de la empresa es por supuesto y debe ser el principal motivador, el por qué...pero a veces ello no es suficiente. Un proceso de

transformación hacia uso avanzado de la energía (no un programa de ahorro de energía) muestra intención al cambio, al avance, a ejercer una responsabilidad ciudadana con la sociedad, que necesita un objetivo y acción común entre toda la organización. Esto pareciera trivial pero no lo es. **Una intención de mejora por fines superiores es un poderoso motivador para el personal a cargo de ellos y a los testigos del cambio.**

Implementación, evaluación, comunicación, replicación: Capitalización del éxito.

Una vez se acepte la oferta, se ponga en práctica, se instale, se pruebe, se use y empiece a dar resultados, es de extrema importancia registrar los resultados, evaluar si se cumplieron los objetivos y metas, cuales fueron las razones de las desviaciones, que hay que hacer para corregir. Corregir y volver a evaluar continuamente.

Al mismo tiempo **es fundamental explicar y comunicar los resultados para capitalizar el esfuerzo y la inversión.** “Lo que no se enseña no se vende” Una efectiva comunicación de logros siempre hace que se busque repetir los éxitos. Y **con frecuencia los beneficios intangibles son más poderosos que la racionalidad económica:** “quiero bajar mis emisiones no importa el costo” es una reacción frecuente...

Hay que ser especialmente cuidadoso en reportar resultados y beneficios, ajustados a sus necesidades percibidas, a todos los integrantes del centro de compras, y a otros clientes con necesidades y problemas similares.

Es en la comunicación donde se cosecha el éxito de lo que proponemos. Es gracias a la comunicación que lo que hicimos se copie, se replique, se reproduzca, que es el verdadero éxito.

Relación con proveedores y contratistas.

Proveedores y contratista necesitan un panorama claro y sincero de las necesidades y problemas para poder ofrecer su mejor solución. Pero **es la responsabilidad del comprador, o del que solicita la oferta, tener bien claro cuál es su problema y que tipo de solución esta buscando y no utilizar a proveedores y contratista como consultores sin costo.** Si se espera una consultoría gratis no recibirán otra cosa que una oferta de suministro ajustada a los intereses de los proveedores.

El resultado será una colección de propuestas y ofertas todas muy buenas pero todas muy diferentes que seguramente no se ajusta a lo que realmente necesita.

Sepa lo que quiere como lo quiere y para cuando lo quiere y asegúrese que hay disposición de compra, De lo contrario está haciendo perder el tiempo a sus proveedores y usted está perdiendo credibilidad, que es peor.

**Si necesita ayuda para vender sus tecnologías y servicios,
internamente o a terceros:**

Contáctenos

Anexo: 20 buenos argumentos para la eficiencia energética

¿Eficiencia energética es solo ahorrarse unos pesos? Veo 19 razones más.

1. [Reducción de costos operativos](#)
2. [Mejora del flujo de caja](#)
3. [Reducción de costos de mantenimiento correctivos](#)
4. [Actualización tecnológica planificada, constante](#)
5. [Mejora de los procesos. Más eficientes](#)
6. [Mejor calidad, menos rechazos, menos pérdidas](#)
7. [Mayor productividad](#)
8. [Aumento de los niveles de satisfacción](#)
9. [Mejor percepción interna](#)
10. [Mejor percepción externa](#)
11. [Manejo de riesgos externos](#)
12. [Seguridad energética](#)
13. [Continuidad de negocios](#)
14. [Captación y retención de clientes:](#)
15. [Disminución de pólizas de seguros](#)
16. [Acceso a incentivos fiscales](#)
17. [Foco de innovación , cambio, transformación](#)
18. [Cambio de mentalidad](#)
19. [Propósito mayor, compartido](#)
20. [Atraer y retener recurso humano](#)

Algunos se pueden calcular al céntimo, quizás sean los menos rentables, Otros traen beneficios colaterales o intangibles. Ahí es donde está el verdadero valor.

Eficiencia energética es una de las mejores estrategias de inversión y negocios en la propia operación. Obliga a la innovación y transformación para lograr economías, seguridad y bien ciudadano. ¿Qué mejor que eso?

Cada quien tiene un cálculo propio de lo que vale cada beneficio:

Reducción de costos operativos

Es el más común y con frecuencia el único argumento a favor de la eficiencia energética. ¡Qué miopía!

La factura mensual por electricidad baja. Un 5%, 10%, 15%, a veces hasta 30% y 40% Cada caso es único, pero hay una recompensa mensual. Que se puede documentar. Y si se documenta como un ahorro acumulado los montos pueden ser significativos. La energía como parte de los costos operativos tiene mucho que ver con los demás costos. Si es menos del 5% de los costos operativos, rara vez se le da la importancia que merece. Si esta sobre ese número es un factor de preocupación.

Reducir los costos operativos trae como consecuencia un proceso de transformación necesario para usar la energía de manera avanzada, que desencadena no menos de 19 beneficios adicionales, algunos fáciles de monetizar, otros no tanto que pasan a la categoría de intangibles que pueden ser y en general son bastante más valiosos que una pequeña reducción de los costos operativos. ¿Cuánto representa la energía como porcentaje del total de costos operativos? ¿Qué tan importante es este costo?

Mejora del flujo de caja

La factura de electricidad es inexorable. Es quizás el único pago que se hace con puntualidad pues rara vez permite negociaciones. Si no pagas te la cortan. Y si no hay energía no pasa nada.

Así que al reducir el costo operativo se produce una mejora inmediata del flujo de caja, pues ese efectivo tenía destino. Y ahora se queda en caja ese ahorro, a ser destinado a otras urgencias.

¿Qué se puede hacer con una reducción de la necesidad de flujo de caja para el pago de la energía? Digamos que se ahorra mes a mes 20% de lo que antes

se solía pagar. ¿Cuánto suma eso al mes? ¿Qué hueco de flujo de caja tenemos que ese ahorro nos tapa?

Reducción de costos de mantenimiento correctivos

Reducción del uso de la energía implica necesariamente adecuación de la tecnología. Ir a tecnologías más eficientes, más actuales, más confiables más duraderas. El proceso de transformación obliga a instalar equipos nuevos, más eficientes para reemplazar a los anteriores. A instalar sistemas de control que permiten una operación menos exigente, más fluida, más confiable, más duradera, las reparaciones se hacen más espaciadas e infrecuentes. El ahorro en el gasto de mantenimiento correctivo debe ser incorporado en las estimaciones de rentabilidad del cambio a tecnologías más eficientes.

Un foco de tecnología LED tiene una vida diez veces mayor que un foco incandescente y de tres a cinco veces más que un compacto fluorescente. Sólo el ahorro en reemplazo, mano de obra, a lo largo de su vida útil, justifica su cambio. Además de ser 10 veces más eficiente que otros focos.

Bombas, ventiladores y equipos rotativos que están sometidos a arranques bruscos y a trabajar al 100% de su capacidad, se dañan más rápido, tienen menor vida útil que otros gobernados por controles y sistemas que solo los cargan a la capacidad necesaria, ajustándolo mucho mejor a los procesos y a con arranques mucho más suaves.

¿Cuántos son los costos en mantenimiento correctivos, no planificados, o por reemplazo por tecnología obsoletas?

Agreguen este número al de mejora de flujo de caja...

Actualización tecnológica planificada, constante

Si se conoce lo que se quiere lograr, mejorar los procesos, hacerlos con tecnologías más eficientes, en procesos mejor pensados, eso da una política para la selección de las tecnologías que mejor se adapten a cada caso. No

siempre la última tecnología es la indicada. La mejor es la que funcione bien para el caso particular. Ese proceso de replantearse los procesos con la eficiencia y la productividad como referencia, facilita mucho la selección de tecnologías y no estar sometido a los vendedores de equipos y servicios que prometen la luna pero no sabemos si queremos ir a la luna con ellos.

Un proceso de detección de oportunidades y de preparación de una hoja de ruta para ponerlas en práctica, da una claridad y una certeza indispensable para la inversión en tecnología que sea necesaria.

¿Cuánto se pierde en tecnologías que no se adaptan bien a lo que hacemos?
¿Cuántas cosas se han hecho en aras de la eficiencia y esto no se ajustaba al caso?
¿Cuántas experiencias frustradas hay y cuánto costó esto? Esta cifra de “ahorro en fracasos” va al balance de cierre de ejercicio...

Mejora de los procesos. Más eficientes

La primera tarea que hay que hacer para mejorar la manera en que usamos la energía es revisar nuestro proceso: Si es una industria, cómo es el proceso productivo y si el mismo se puede mejorar. Si son servicios, cómo se puede hacer para que estos sean prestados de una mejor manera. En la gran mayoría de los casos hay cuellos de botella, malas prácticas, malos hábitos. Se pueden hacer cosas pequeñas con grandes resultados, sin invertir – todavía-en tecnología. .

Un ejemplo que he visto no una, sino muchas veces: Fábricas, edificios, cuyo sistema central de aire acondicionado se mantiene funcionando fuera de los horarios de operación porque la oficina (oficinita, cabina) de vigilancia necesita de aire acondicionado, Cuando una simple unidad individual soluciona esto...se cuenta y no se cree. Pero lo he visto varias veces....

Equipos funcionando fuera de su horario de servicios, Ajustes que no tiene nada que ver con lo que se necesita. Muy frío o muy caliente, muy largo etc., Los ahorros que se logran en operación son significativos. Además que la vida útil de los equipos se extiende a veces en años. ¿Cuánto suma eso?

Mejor calidad, menos rechazos, menos pérdidas

La búsqueda de la eficiencia ha tenido consecuencias aguas abajo que nadie esperaba: En las industrias, al controlar mejor los procesos, factor indispensable para reducir el consumo de energía, el proceso productivo es más preciso, más exacto, hay menos desviaciones y la calidad se ve multiplicada.

En un caso muy conocido, Toyota instaló sistemas para controlar la velocidad de sus ventiladores en los túneles de pinturas para ajustarlos a la necesidad real de cada caso; más carros, menos carros, más o menos temperatura. El resultado si bien fue interesante en términos de energía, los rechazos de calidad fueron muchos menos, lo que fue una mejora en productividad y ahorro en costos de producción que eclipsaron por mucho lo ahorrado en la energía. El ahorro de la energía fue prácticamente una sorpresa de salida...Igual pasa con procesos de extrusión, procesos térmicos...

¿Cuánto puede sumar una mejora en la calidad?

Mayor productividad

No solo una mejora de la calidad se produce con mejores tecnologías y controles también la productividad mejora. Se produce más con menos energía....

En oficinas, escuelas y hospitales se están registrando resultados sorprendentes: Usar mejor la energía es un mejor control de la temperatura, uso de luz natural, mejor ventilación, mejor nivel de iluminación, lo cual trae aumento en la productividad de los empleados (hasta 16%)¹ eleva el rendimiento académicos hasta en un 25% y la recuperación de pacientes se acelera en dos y tres días....

¿Cómo monetizar eso? Si lo sabe hace hágalo, y será bastante más que un ahorro mensual de la factura eléctrica.

Aumento de los niveles de satisfacción:

¹ Datos del USGBC United States Green Building Council

El equipo humano que de manera directa o indirecta lleva adelante los procesos de mejora del uso de la energía y logran resultados como los que describimos, se ven recompensados directa y explícitamente (si se documentan los resultados de manera correcta) por sus esfuerzos. Lo que se vuelve en un potente estímulo, tan escaso y esporádicos en estos tiempos. Se sienten parte activa y directa de un proceso de transformación de profundo impacto.

Mejor percepción interna:

Toda la organización entiende que hay un objetivo común mayor que va más allá de ahorrar costos operativos., Ahorrar energía es percibido de manera muy positiva como una deber y una misión.

Disminuir nuestra contribución a las emisiones de CO2 asociadas a la generación de la energía que consumimos y malgastamos es poner nuestra parte para mitigar el cambio climático.

Mejor percepción externa

Lo mismo ocurre con las personas que observan a la organización dándoles una evaluación positiva por reconocer sus esfuerzos en hacer lo correcto, que si bien es una reducción del gasto, es una responsabilidad que a veces no se justifica económicamente pero si en todos los demás aspectos.

Manejo de riesgos externos:

Eventos externos extremos: Huracanes, incendios, terremotos, hasta terrorismo, saboteo e incompetencia hacen que el suministro de energía sea vulnerable.

Si somos unos usuarios muy eficientes de energía, entendemos nuestros procesos y necesidades claves y tenemos sistemas de respaldo que atienden lo principal, podemos enfrentar riesgos externos más fácilmente.

Seguridad energética:

La seguridad energética ya no está garantizada en ninguna parte. El sistema de generación centralizada tiene debilidades como una red de distribución que se puede ver interrumpida y afectada en cualquier momento, con centrales que pueden salir de servicio sin previo aviso, produciéndose un efecto dominó que generan grandísimos apagones y cada vez son más difíciles de recuperar.

Además la calidad del suministro energético es con frecuencia no el mejor, lo que ocasiona fallas en nuestros equipos interrupciones, alteraciones que tiene un costo y una consecuencia en nuestra operación.

No solamente debemos tener un suministro continuo, sino que el mismo debe ser de calidad.

¿Cuánto paga por reparaciones de equipos dañados? ¿Cuánto le cuesta un sistema de respaldo? ¿Este tiene la dimensión adecuada? ¿Está seguro que no está comprando respaldo para sus ineficiencias energéticas?

Continuidad de negocios

Si no hay seguridad energética, y más precisamente si hay fallas mayores y no estamos preparados, hay un riesgo grande de que se interrumpa el proceso productivo. Las consecuencias económicas pueden y son devastadoras. Huracanes que inutilizan el sistema central de energía por seis meses quiebran a cualquier economía.

Es un escenario real: La continuidad de negocios tiene que estar asegurada. ¿Sabe cuánto puede perder si no hay energía? ¿Se lo puede permitir? ¿Puede correr ese riesgo?

Captación y retención de clientes:

Un proveedor de productos y servicios que no está expuestos a riesgos externos, es confiable y seguro. Además si sus productos son consistentemente de buena calidad y se mantiene en una curva de innovación constante, quiere decir que es alguien con quien quiero relacionarme.

¿Cuánto vale un cliente fiel? ¿Cuánto vale un cliente que se convierte en promotor de nosotros como empresa y organización?

Disminución de pólizas de seguros:

Las aseguradoras incluyen los riesgos de continuidad de negocios en sus pólizas. Una condición de atraso en la innovación así como procesos ineficientes son factores de percepción de riesgo que se pueden ver afectadas en las pólizas de seguros. Una empresa que sea capaz de seguir funcionando en ausencia de energía y mantener un equipo motivado y comprometido es una empresa de bajo riesgo. Esto se refleja en las pólizas.

¿Cuánto está pagando en seguros? ¿Puede reducir esas primas?

Acceso a incentivos fiscales:

Los principales interesados en lograr mejoras en la eficiencia energética de los usuarios son los gobiernos centrales, que deben responder a compromisos globales de reducción de emisiones, que deben asegurar el suministro de energía, lo cual necesita de grandes inversiones de capital siendo la reducción en el uso de energía por la vía de la eficiencia la inversión más rápida y rentable para cubrir al menos parte de los compromisos de los gobiernos centrales.

Gran cantidad de incentivos fiscales están disponibles en diferentes formas para aquellos que vayan a un uso avanzado de la energía.

¿Qué inversión de capital va a hacer en equipos para ahorrar energía? ¿Sabe de los incentivos fiscales para ello? Con frecuencia son significativos.

Foco de innovación, cambio, transformación:

Revisar los procesos para mejorar el cómo usamos la energía y detectar, seleccionar tecnologías que los hagan mejores, más precisos, más eficientes, de mejor calidad, al mismo tiempo que repensar nuestros hábitos, rutinas y procedimientos nos pone en un proceso de innovación y cambio constante que se ve reflejado en toda la organización, ..

El pensar en redefinir todos los procesos a ver como los hacemos con menos energía, abre la puerta a la innovación.

24

¿Qué valor tiene la disposición a innovar?

Cambio de mentalidad:

Al estar abiertos a la innovación y revisión constante de la forma en que usamos la energía, y estando bien consciente de los beneficios que ello trae, así como sus recompensas tangibles e intangibles, explícitas o no, trae un cambio de mentalidad y manera de ver las cosas para hacerlas cada vez mejor. No sólo en la forma en que usamos la energía sino todo los demás procesos que tenemos. Incluso en la manera de vernos a nosotros mismos se convierte en una filosofía y necesidad de mejora constante.

¿Qué valor tiene tener capacidad de reinención constante?

Propósito mayor, compartido

Reducir nuestro consumo impacta directamente en la producción de emisiones de CO2, responsable primera del cambio climático. También reducir nuestro consumo pone a disposición una energía que otros están necesitando y es difícil hacérselas llegar.

Reducir nuestro consumo permite tener generación propia con una inversión de capital posible, por lo que podemos ir a energías renovables total o parcialmente en una escala que nos lo permite económicamente.

Esto llevaría a cero nuestras emisiones, lo cual es una expresión máxima de responsabilidad ciudadana social, global.

El tener un propósito es una necesidad innata del ser humanos por lo que tener esta misión cumplida día a día nos da un propósito constante....

Atraer y retener recurso humano:

Una organización orientada a una mínima producción de emisiones, a generar parte o toda su energía por fuentes renovables como principio de responsabilidad ciudadana, que además eso la obliga a revisarse constantemente e innovar y transformamos continuamente, se convierte en un sitio que tiene un propósito claro, el cual es deseable compartir.

Para un recurso humano valioso hoy es más importante tener un propósito superior que una mera recompensa económica.

Una persona que esta exigida y retada a innovar constantemente para ejercer una responsabilidad ciudadana, tiene pocos motivos para ir a otro sitio con pocos o ninguna vocación de servicio social.

¿Cuánto vale atraer, entrenar y retener recurso humano clave? ¿Cuánto produce un recurso humano motivado y comprometido?

Póngale un número a cada beneficio y sume. Los resultados son sorprendentes.

**Si necesita ayuda para vender sus tecnologías y servicios,
internamente o a terceros:**

Contáctenos