

# Grupo Asesor de Equidad de PacifiCorp (EAG)

Notas de la reunión de junio de 2023

8 de junio de 2023, 1:00 - 4:00 pm, hora del Pacífico

*Estas notas fueron sintetizadas y resumidas por E Source, el asociado de organización de las reuniones de PacifiCorp, con atribución a los miembros del EAG.*

## Resumen ejecutivo

Hubo 22 asistentes a la reunión del EAG de Washington del 8 de junio de 2023, la cual se llevó a cabo en forma virtual a través de la plataforma Zoom y se enfocó, en mayor medida, en el Plan de Implementación de Energías Limpias de Washington y los componentes del mismo, incluyendo la eficiencia energética. En la reunión también se informaron las novedades sobre la Encuesta residencial y la campaña multicultural en los medios. Además, se incluyó el cierre del ciclo de las visitas de mayo y se informaron los próximos pasos.

El siguiente es un resumen del contenido y de la retroalimentación recibida durante esta reunión pública de 3 horas.

## Objetivos de la sesión

- Recapitulación de las visitas de mayo al lugar de operaciones de los miembros del Grupo asesor de equidad de Washington
- Repaso del Plan de Implementación de Energías Limpias (CEIP)
- Novedades sobre eficiencia energética
- Novedades sobre la Encuesta residencial de Washington
- Novedades de Comunicaciones sobre los esfuerzos de participación multicultural

Diapositivas disponibles en español a continuación: [EAG Meeting June 2023 Slides Spanish.pdf](https://www.pacifiCorp.com/EAG-Meeting-June-2023-Slides-Spanish.pdf) ([pacifiCorp.com](https://www.pacifiCorp.com))

## Miembros del EAG 2023 Organización

Eréndira Cruz	Sustainable Living Center
Todd Hilmes	Northwest Community Action Center
Silvia Leija	Yakima Community Aid
Giovanni Severino	Latino Community Fund
Jonathan Smith	Yakima County Development Association
Paul Tabayoyon	Asian Pacific Islander Coalition
Norman Thiel	SonBridge
Sylvia Schaeffer	Blue Mountain Action Council

---

**Presentadores de PacifiCorp**

---

Kim Alejandro	Analista asesora de equidad
Selyna Bermudez	Representante sénior de Comunicaciones
Nancy Goddard	Gerente sénior de Programas
Laura James	Gerente de proyecto de Soluciones a la comunidad y al cliente
Lisa Markus	Facilitadora y directora administrativa de E Source
Christina Medina	Gerente de Políticas y participación de las partes interesadas
Agustin Moreno	Representante de campo de C+C / Pacific Power
Jay Olson	Gerente sénior de Programas

---

---

**Asistentes de PacifiCorp**

---

Tag Galvin-Darnieder	Equipo de facilitación de E Source
Stephanie Meeks	Gerente legislativo de PacifiCorp
Morgan Westberry	Equipo de facilitación de E Source

---

---

**Asistentes del público**

---

Chad Ihrig	Desconocido
Crystal Oliver	UTC
Yochi Zakai	The Energy Project

---

## Apertura

E Source compartió los objetivos de la reunión y el orden del día y mencionó a los presentadores; Kimberly Alejandro, de PacifiCorp, hizo el reconocimiento del territorio para comenzar la reunión.

## Presentación de los miembros del EAG

Todos los miembros del EAG se “presentaron” al responder la pregunta: *¿Cuál sería su “canción de presentación”?* El grupo compartió sus canciones y conversaron sobre la variedad de canciones y artistas que mencionaron los distintos miembros del EAG. Además de las canciones, se compartió lo siguiente:

- Asian Pacific Islander Coalition mencionó la conexión entre la música y cómo esta puede capturar la diversidad y el corazón de los esfuerzos comunitarios.
- Sustainable Living Center compartió que Sustainable Living Center y SonBridge tuvieron una comida de celebración por una asociación con PPL para instalar un jardín en el WW Senior Center.
- Latino Community Fund compartió que la organización usa las canciones de presentación regularmente para involucrarse con la juventud de una manera creativa.

## Cierre del ciclo

Kimberly Alejandro, de PacifiCorp, recapituló las visitas de mayo a los distintos miembros del EAG. Visitar a las comunidades es un método que PacifiCorp utiliza para comprender mejor el trabajo, los retos y necesidades diarias que enfrentan las comunidades a las que sirve, además de explorar las áreas de oportunidad potenciales que existen. PacifiCorp agradeció el tiempo otorgado para la reunión y la información compartida.

Tras reflexionar sobre las visitas, PacifiCorp obtuvo bastante información significativa, lo que incluyó:

- Experimentar y escuchar acerca de la increíble cantidad de esfuerzos de colaboración cruzada entre los miembros, lo cual demuestra qué tan beneficioso puede ser el impacto colectivo
- Las organizaciones siguen luchando; muchos grupos siguen teniendo escasez de personal, lo cual afecta su capacidad para cubrir la creciente necesidad de servicios en la comunidad
- Importancia de unir el espacio digital y la manera en la que el acceso a la banda ancha podría ser una solución. Mientras el estado de Washington progresa para implementar su plan a nivel estatal para proporcionar acceso de banda ancha para todos, PacifiCorp seguirá buscando oportunidades para involucrarse en ese proceso
- El creciente interés en la electrificación del transporte y aprender acerca de las diversas oportunidades de recursos de subvenciones disponibles para desarrollar infraestructura que cumpla con las necesidades planteadas en los temas tratados y las discusiones realizadas.

Kimberly Alejandro, de PacifiCorp, continuó con un resumen de la retroalimentación recibida en la actividad interactiva durante la reunión híbrida del EAG en marzo. Clasificó los temas en tres categorías: comunidad, información compartida y educación continua, y las reuniones.

## Reuniones y calendario de la comunidad del EAG de Washington

PacifiCorp está buscando unirse a más eventos de la comunidad para seguir fortaleciendo las conexiones comunitarias en 2023. Kimberly Alejandro, de PacifiCorp, informó sobre las próximas reuniones y eventos a tomar en cuenta:

### Eventos de junio

- 8 de junio: [EN LÍNEA: Reunión del Grupo Asesor de Equidad de Washington, 1 pm a 4 pm \(PST\)](#)
- 9 de junio: [Chinook Fest TODO EL DÍA en Jim Sprick Community Park, 13680 WA-410, Naches, WA 98937](#)
- 10 de junio: [Festival y Desfile del Orgullo en Yakima; 10 am a 6 pm en Naches Parkway](#)
- 11 de junio: [Chinook Fest TODO EL DÍA en Jim Sprick Community Park, 13680 WA-410, Naches, WA 98937](#)
- 15 de junio: [Noches de verano en el centro de Yakima; 5:30 pm a 9 pm en 129 S 2nd St, Yakima, WA 98901](#)
- 17 de junio: [Mercado de agricultores en el centro de Walla Walla; 9 am a 1 pm en 106 West Main Street Walla Walla, WA, 99362](#)
- 18 de junio: [Mercado de agricultores en el centro de Yakima; 9 am a 1 pm en 15 W Yakima Ave, Yakima, WA 98901](#)

- 22 de junio: [Noches de verano en el centro de Yakima; 5:30 pm a 9 pm en 129 S 2nd St, Yakima, WA 98901](#)
- 24 de junio: [Festival Sunnyside Summer Ale; 5 pm a 10 pm en Centennial Square Sunnyside, WA 98944](#)
- 25 de junio: [Mercado de agricultores en el centro de Yakima; 9 am a 1 pm en 15 W Yakima Ave, Yakima, WA 98901](#)
- 29 de junio: [Noches de verano en el centro de Yakima; 5:30pm-9pm en 129 S 2nd St, Yakima, WA 98901](#)




## Repaso del Plan de Implementación de Energías Limpias (CEIP)

Kimberly Alejandro, de PacifiCorp prosiguió con una revisión de la Ley de Transformación de Energía Limpia de Washington (CETA), la cual se aprobó en 2019. La CETA promulga los requisitos para el desarrollo de la energía renovable, establece objetivos y describe los informes, y da prioridad a la distribución justa de los beneficios. El primer envío de PacifiCorp fue a finales de 2021, con el Informe de progreso anual planeado en el futuro cercano.

Aunque PacifiCorp no tiene un CEIP aprobado, no ha renunciado a su compromiso de seguir trabajando para cumplir con los requisitos de los informes y los compromisos que hicimos en este plan.

**Ley de Transformación de Energía Limpia de Washington (CETA) 2019**

**Requisitos:**

- 
 Los clientes de Washington recibirán un servicio de energía eléctrica 100% renovable y sin emisiones para el año 2045
- 
 Cada servicio público habrá desarrollado un Plan de Implementación de Energías Limpias (CEIP) para detallar cómo lograrán sus objetivos de energía limpia.
- 
 A medida que ocurra la transición a una red de energía más limpia, los servicios públicos darán prioridad a una distribución equitativa de los beneficios.

La CETA establece los siguientes objetivos para las respectivas fechas límite:

1. Diciembre de 2025: Los servicios públicos deben dejar de utilizar recursos a base de quema de carbón en sus procesos relacionados con el suministro de energía eléctrica a los clientes al menudeo de Washington

2. Enero de 2030: Los servicios públicos deben asegurarse que todas las ventas de electricidad al menudeo en Washington sean neutras en emisiones de gases de efecto invernadero
3. Enero de 2045: Los servicios públicos deben garantizar que la generación y suministro de energía eléctrica se hagan sin emisiones y provengan de recursos renovables en el 100% de las ventas de electricidad al menudeo para los clientes de energía eléctrica de Washington

Christina Medina, de PacifiCorp, hizo un resumen de los distintos grupos que son integrales para el CEIP, además de las acciones necesarias para alcanzar los objetivos del estado.

El CEIP se conformó por bastantes rutas de compromiso de las partes interesadas, incluyendo:

## ¿Quiénes participan en este trabajo?



El compromiso guía el trabajo y las actividades que desarrolla PacifiCorp, que tiene un profundo aprecio por la colaboración y las perspectivas que el EAG y las partes interesadas han aportado.

PacifiCorp está planeando una reunión combinada de grupos asesores en agosto. Habrá más información conforme exploremos este concepto.

En cuanto a la planeación de la redistribución justa de beneficios, la CETA se enfoca en ofrecer servicios en forma equitativa y reducir las cargas no equitativas a través de:

- Un grupo asesor de equidad
- Retroalimentación sobre temas importantes para los miembros del grupo asesor
- Mayor alcance al cliente para hacer que los procesos sean más accesibles e incluyentes
- Usar datos para crear un marco sólido de equidad dentro del área de servicio
- Esfuerzos continuos para aportar más "voces" a la mesa de discusión
- Identificación de comunidades mencionadas, tribus, poblaciones vulneradas y comunidades altamente afectadas

A través de la experiencia del EAG, PacifiCorp enfatizó lo aprendido en cuanto a la importancia de reunirse con las comunidades en el lugar donde viven y trabajan.

La colaboración con el EAG ha tenido como resultado los siguientes Indicadores de Beneficio al Cliente (CBI), los cuales representan las acciones y temas clave que PacifiCorp lleva a cabo:

- Reducción de cargas: Beneficios de los programas para clientes que ayudan a reducir los precios de la energía
- Beneficios indirectos de la energía: Beneficios relacionados con los empleos locales y la diversidad de la fuerza laboral
- Beneficios directos de la energía: Beneficios para tener más energía renovable para reducir el cambio climático
- Medio ambiente: Beneficios que dan como resultado un entorno sostenible
- Reducción de costos: Beneficios relacionados con la reducción de los pagos del servicio para el cliente
- Salud pública: Beneficios que ayudan a tener comunidades más saludables
- Seguridad de la energía: Beneficios para tener acceso a la energía eléctrica sin interrupciones
- Resiliencia: Beneficios que reducen la frecuencia y duración de los apagones

## Novedades sobre eficiencia energética

Nancy Goddard, de PacifiCorp, reflexionó sobre los CBI y la correlación con los resultados de 2022 para el programa, los cuales también aparecen en el informe de progresos presentado en julio. PacifiCorp también está en la fase de planeación para las actividades de 2024 y este caso del EAG proporciona la primera oportunidad de hacer contribuciones para 2024.

Los dos CBI de eficiencia energética principales y las formas de medición correlacionadas son:

Indicador de Beneficio al Cliente (CBI)	Forma(s) de medición
Participación en los programas de la empresa sobre energía y eficiencia y asistencia en el pago del servicio	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cantidad de viviendas / negocios, incluidos los de comunidades identificadas, que participan en los programas de la empresa sobre energía y eficiencia</li></ul>
Eficiencia de la vivienda y pequeños negocios, incluidas las viviendas de bajos ingresos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cantidad de viviendas / negocios que participan en los programas de energía y eficiencia de la compañía</li><li>• Gastos de eficiencia energética</li></ul>

Para el primero, la participación en los programas de la empresa sobre energía y eficiencia y asistencia en el pago del servicio, los datos demuestran que los gastos de eficiencia energética (esto es, los pagos de incentivos que ha hecho PacifiCorp), además de la participación de comunidades altamente afectadas

(HIC). Las HIC se determinan con base en el puntaje de desigualdad de salud y hay datos adicionales que muestran desgloses solo en las comunidades tribales.

El punto de partida de 2020 y los resultados de 2022 de cuatro programas se representan a continuación. Todas las áreas demostraron éxito y hubo incrementos muy altos en los porcentajes de cada área.

## Progreso de las mediciones del CBI de eficiencia energética (2020-2022)

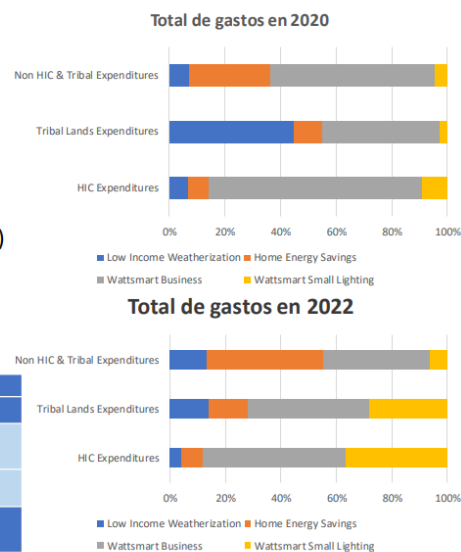
Se hizo un seguimiento del total de sitios participantes y gastos (incentivos) para medir la difusión en las áreas de servicio de Washington. Los programas a los que se dio seguimiento fueron:

- Programa de climatización para clientes de bajos ingresos
- Home Energy Savings (ahorro de energía doméstica)
- Wattsmart Business (ahorro de energía en empresas)
- Wattsmart Small Business (ahorro de energía en pequeños negocios)

\* Se incluyen HIC con una puntuación de disparidad en salud de 9 o 10 y HIC de territorios tribales

\* Los territorios tribales también están desglosados para darles más visibilidad

	HIC		Territorios tribales		Todos los clientes	
	Conteo	Gastos	Conteo	Gastos	Conteo	Gastos
2020 (punto de partida)	197	\$1,160,364	45	\$52,947	1,280	\$3,865,999
2022 (actual)	537	\$3,977,141	95	\$636,699	2,965	\$7,540,635
Porcentaje de aumento	172%	242%	111%	1102%	131%	95%



Jay Olson, de PacifiCorp, presentó los planes de acciones del servicio público de los programas de ahorro de energía doméstica que se enlistaron en el Plan de Implementación de Energías Limpias, además del plan comercial de DSM para 2022-2023. Las seis acciones cubiertas incluyen:

1. Un mayor incentivo para la modernización de ventanas en unidades multifamiliares en 2022. El enfoque inicial fue en los edificios habitacionales de comunidades altamente afectadas.
  - a. Resultado: El aumento de incentivos en el programa empezó a aplicarse el 1/1/2022, pero no se pagaron incentivos en 2022. Esta acción del servicio público sigue en marcha.
  - b. Reflexión:
    - i. El reembolso por la sustitución de ventanas tarda mucho más tiempo que otras medidas y requiere más coordinación con los inquilinos.
    - ii. Puede requerir más bien un enfoque en las HIC a través de una oferta de instalación directa; es necesario determinar si eso es rentable.
    - iii. Delimitar el enfoque en ventanas ubicadas hacia el sur, oeste y suroeste.
2. Seguir con la instalación directa de sistemas de iluminación residencial en unidades multifamiliares. Seguir enfocándonos en comunidades altamente afectadas.
  - a. Resultado: Se instalaron 510 luces LED y lámparas LED T-8 para mejorar la iluminación en edificios de departamentos y áreas comunitarias de cuatro edificios de departamentos, con lo que se logró un ahorro de 15,960 kWh. Esta acción del servicio público sigue en marcha con algunos cambios en 2023.

- b. Reflexión: Se lograron ahorros limitados con esta oferta. El programa está dando más énfasis en llegar a los clientes que viven en unidades multifamiliares a través de una participación más enfocada en los administradores de las propiedades.
- 3. Mantener y aumentar, si es posible, la venta de bombillos de uso general en las tiendas de “todo por un dólar” en las comunidades altamente afectadas. Esta sería la única oferta al menudeo en iluminación.
  - a. Resultado: El descuento en la compra de artículos de iluminación estuvo disponible sólo en tiendas aprobadas ubicadas en comunidades altamente afectadas. Los comerciantes de 20 ubicaciones que participaron en la compra de bombillos a bajo costo lograron un ahorro de alrededor de 62,000 kWh.
  - b. Reflexión: Este canal de distribución ha demostrado ser eficaz para apoyar a los clientes en las áreas de HIC y seguimos asociándonos con comercios como Goodwill y Habitat for Humanity.
- 4. Seguimos con la instalación de iluminación y sellado de ductos en casas prefabricadas y seguimos enfocándonos en comunidades altamente afectadas.
  - a. Resultado: Esfuerzos continuos para ofrecer instalación directa de iluminación y sellado de ductos en casas prefabricadas con enfoque en las comunidades altamente afectadas. En 2022 se hicieron trabajos de sellado de ductos para 415 clientes, lo que logró un ahorro de 278,899 kWh en eficiencia energética por medio de este programa. Las instalaciones directas de sistemas de iluminación lograron un ahorro de 46,222 kWh.
  - b. Reflexión:
    - i. La instalación directa es un canal eficaz para llegar a los clientes de comunidades altamente afectadas y sigue siendo una estrategia clave.
    - ii. Es necesario dar seguimiento continuo a las posibles oportunidades por saturación.
- 5. Seguir promoviendo nuevas ofertas de construcción en viviendas unifamiliares y en unidades multifamiliares. Enfoque continuo en las comunidades altamente afectadas.
  - a. Resultado: Esfuerzo constante para reclutar e involucrar a constructores y calificadoras con enfoque en las comunidades altamente afectadas. El programa tuvo dos proyectos para viviendas nuevas, pero no estaban ubicadas en comunidades altamente afectadas.
  - b. Reflexión: El enfoque en la construcción de viviendas nuevas debería ser integral y asegurar que los constructores y calificadoras estén informados de los servicios del programa y el apoyo que se ofrece, sin importar el área.
- 6. Atender a los clientes residenciales de comunidades identificadas que utilicen fuentes de energía que no sean eléctricas ni de gas natural en sus sistemas principales de calefacción desmantelando estos sistemas para instalar bombas de calefacción sin ductos.
  - a. Resultado: No hubo proyectos de instalación de bombas de calefacción sin ductos terminados en 2022 que involucraran el desmantelamiento de fuentes de energía que no fueran eléctricas ni de gas natural.
  - b. Reflexión:
    - i. Los incentivos de 2023 para esta medida son más altos para los clientes residenciales de comunidades altamente afectadas que para quienes no vivan en una comunidad altamente afectada.



- ii. El RTF consideró valores de la instalación de bombas de calefacción sin ductos que suponen un punto de partida de resistencia eléctrica en la zona, ya que el RTF no tiene un análisis de fuentes de energía alternativas.

Se discutieron los resultados y reflexiones de los puntos de las acciones del servicio público y se identificaron oportunidades para impulsar el compromiso para incrementar el uso de los programas. Por ejemplo, PacifiCorp comenzó a enfatizar el compromiso con administradoras de propiedades de unidades multifamiliares, lo cual ha dado como resultado una adopción inicial.

#### ***Preguntas y comentarios del chat:***

- Sustainable Living Center preguntó: “¿La idea fue usar el año 2020 como base porque se pasaron de 3 a 6 meses en confinamiento?”
  - Nancy Goddard, de PacifiCorp, respondió que, en parte, se eligió el año 2020 para tener un año completo del calendario con el cual hacer una comparación. Era el año completo disponible más reciente cuando se terminó el Plan de Implementación de Energías Limpias (CEIP) en 2021. Conforme ocurren más periodos de evaluación mientras avanzamos, el 2020 como punto de partida se quedará cada vez más lejos en el pasado.
- Asian Pacific Islander Coalition preguntó: “¿Hubo un problema al hacer que usaran programas de préstamos?” (por ejemplo, capacidad crediticia) El problema principal se encuentra en el costo de reemplazar las ventanas, de acuerdo con la retroalimentación de nuestros contratistas asociados. El gasto adicional de las ventanas de alta eficiencia suele ser inaccesible y los clientes suelen reemplazar las ventanas con unidades estándar.
  - En asociación con Pacific Power, Craft3 puede ofrecer financiamiento a sus clientes para modernizar los sistemas de calefacción y refrigeración de su hogar, ventanas y aislamiento térmico; todo esto debe ser elegible para los reembolsos de Pacific Power. Además, Craft3 puede financiar reparaciones críticas junto con las actualizaciones mencionadas. Las reparaciones críticas pueden incluir la eliminación de moho, la remoción de asbestos, la reparación de fugas, incluyendo el reemplazo relevante de paredes y pisos; la reparación o reemplazo de tejados, la eliminación y prevención de roedores y otras plagas, la actualización de instalaciones eléctricas, incluyendo el reemplazo de paneles, y la mejora de la calidad del aire.

#### [Eficiencia energética para hogares: Pacific Power & Craft3](#)

- Jay Olson prosiguió con el tema al dar información sobre los insertos para ventanas, también conocidos como “Storm Windows” o ventanas de tormenta, los cuales son menos costosos que reemplazar las ventanas existentes con ventanas nuevas. Estos se han estado usando para cambiar los costos de los sistemas de calefacción y refrigeración. También se mencionó un punto adicional que debe enfatizarse en cuanto a las ventanas que ven hacia el sur, ya que ahí está la mayor necesidad de reducir el aumento del calor.
  - El programa está analizando la posibilidad de agregar insertos para ventanas y realizará un análisis de la relación costo-eficacia para determinar si esta es una medida viable.

- La retroalimentación de los contratistas asociados es que las ventanas suelen ser una inversión costosa para los propietarios y el incentivo actual no motiva a los clientes a obtener las unidades de mayor eficiencia.
  - El programa está llegando a vendedores de ventanas y empresas instaladoras para asegurarse de que conozcan la disponibilidad de incentivos y que Craft3 otorga préstamos para modernizar las ventanas.
- Sonbridge preguntó si hay productos, como los plásticos reflejantes, que podrían incluirse en esto o productos de sombra en esos lados del sur y el oeste que tendrían un costo menor que reemplazar las ventanas.
  - Jay Olson, de PacifiCorp, respondió que actualmente no hay forma de medir esto en los hogares, pero debería explorarse más para identificar el potencial, incluyendo árboles y vegetación para la sombra. El Foro Técnico Regional no tiene ninguna forma de medición de la polarización de ventanas.

Nancy Goddard, de PacifiCorp, redirigió la discusión sobre la eficiencia energética del programa de energía doméstica, Home Energy Savings, al programa empresarial, Wattsmart Business. PacifiCorp se enfocó en los pequeños negocios al aumentar los incentivos para la modernización de la iluminación, con incentivos incluso más altos para las HIC (incentivos de hasta el 100% del costo del proyecto elegible para pequeños negocios ubicados en las HIC). PacifiCorp también dio incentivos a proveedores que realizaron proyectos de iluminación a pequeños negocios para reforzar su participación.

También se expandieron las actividades de alcance en español para ampliar el mensaje y llegar a las comunidades.

Las acciones del servicio público, los resultados y las reflexiones en torno a Wattsmart business se presentan a continuación.

## Wattsmart Business: Acciones del servicio público, resultados de 2022 y reflexiones

### Acciones del CEIP dentro del servicio público

*Non-residential:*  
**Wattsmart Business:**  
 Increase outreach and participation for small businesses and named community small businesses identified by census tract and rate schedule.

- Create a new offer within the [current small business enhanced incentive offer](#) targeting the smallest businesses using less than 30,000 kilowatt-hours per year and Named Community small businesses on Schedule 24.
  - Offer a higher incentive and increase the incentive cap for this new offer from 90 percent to 100 percent of project costs to reduce the customer out-of-pocket cost barrier.
- Target a portion of company initiated proactive outreach to small businesses located in highly impacted communities. Continue to tie proactive outreach to approved small business vendor capacity to respond to customer inquiries.
- Offer approved small business lighting vendors a higher vendor incentive for completed lighting retrofit projects with small businesses located in highly impacted communities.



### Resultados:

- La participación aumentó en general y creció más en negocios pequeños ubicados en las HIC (incluyendo los territorios tribales)
- Extensión proactiva combinada con la capacidad de respuesta del proveedor:
  - El personal del programa hizo llamadas de ventas en conjunto con los proveedores (incluso con traducción al español)
  - Se enviaron tarjetas postales a los clientes antes de las actividades de extensión de los proveedores
    - De las 108 tarjetas enviadas, 85 se dirigieron a clientes que vivían en HIC



Pequeños negocios	2020	2022	Aumento
Dentro y fuera de las HIC	43 sitios	137 sitios	Más de tres veces más
HIC (puntuación de salud y territorios tribales)	22 sitios	105 sitios	Más de cuatro veces más
Territorios tribales	1 sitio	18 sitios	18 veces más



### Reflexiones:

- Las acciones del servicio público para pequeños negocios funcionaron
  - Participación impulsada en gran medida por proveedores aprobados
  - El aumento en los incentivos al cliente envió una clara señal a los proveedores para que se dirigieran a los pequeños negocios ubicados en las HIC
  - El aumento en los incentivos al proveedor (\$500 por proyecto en vez de \$300) también ayudó a enviar una clara señal a los proveedores

El compromiso y el conteo de los miembros del personal que apoyan la distribución del programa fueron los últimos CBI en abordarse durante la presentación. El CBI de participación da seguimiento y mide los talleres, los cuales tuvieron un gran crecimiento en 2022 en comparación con la pandemia de 2020. El conteo de los miembros del personal que apoyan la distribución del programa mide la cantidad de personal (incluyendo al personal externo que participa en la distribución del programa) que son mujeres, miembros de minorías y/o que pueden demostrar que están en desventaja.

PacifiCorp está reflexionando sobre los datos y lucha por las mejoras continuas.

### ***Discusión sobre eficiencia energética:***

- Asian Pacific Islander Coalition compartió inquietudes sobre las formas de medición asociadas con Wattsmart, principalmente porque (al parecer) está asociada con la venta de materiales. ¿Hay una manera regional o comunitaria de medirlo, como una circunscripción? También se expresaron inquietudes en torno a las personas que están comprando los materiales en estas comunidades y usándolos en áreas de mayor nivel adquisitivo.
- Asian Pacific Islander Coalition mencionó un incidente donde una gran cantidad de luces LED estaba a la venta en una venta de garaje y el precio era menor al precio normal de esa tienda, lo cual parece ser un error (como que alguien encontró la manera de ganar dinero con el programa).
  - Jay Olsen, de PacifiCorp, habló de la improbabilidad de que las luces LED vengan de un programa de Pacific Power, ya que hay un límite en la cantidad de luces LED que pueden obtener los clientes a un precio con descuento. Sin embargo, se le informó al personal de PacifiCorp sobre el caso y monitorearán la actividad local.
- Asian Pacific Islander Coalition preguntó si las formas de medición estaban relacionadas con la venta de materiales y cómo se daba seguimiento para verificar la instalación de esos materiales.
  - Nancy Goddard, de PacifiCorp, respondió que el conteo de los negocios es para las empresas que instalaron el equipo en esa ubicación (por ejemplo, por medio de un proveedor externo). Estos proveedores van a la comunidad, identifican proyectos y trabajan con el equipo de PacifiCorp para modernizar instalaciones para aumentar la eficiencia energética y hacer que el negocio cumpla con los requisitos para recibir incentivos. También se realiza un control de calidad para verificar que el equipo se instale según lo previsto y en la ubicación esperada.
- Asian Pacific Islander Coalition sugirió que debería haber un acuerdo con cada uno de los comerciantes minoristas para identificar la cantidad de bombillos que pueden ser comprados en cada tienda para evitar que las personas los revendan después de comprarlos.
  - PacifiCorp anotó el comentario, agradeció a los asistentes por sus comentarios y los invitó a dar más aportes.

## Receso

## Novedades sobre la Encuesta residencial de Washington

Después del receso, Laura James, de PacifiCorp, dio información sobre el propósito y el alcance de la encuesta residencial. La retroalimentación siempre es bienvenida, ya que esta encuesta guía los

programas DSM de PacifiCorp de una manera estratégica. La retroalimentación recibida en la reunión de febrero del EAG tuvo como resultado un número de modificaciones significativas en la encuesta final y se agradeció ampliamente.

La encuesta fue un resultado del Plan de Implementación de Energías Limpias y se volvió a aplicar en 2021. El propósito general de la encuesta residencial es obtener información desde la perspectiva del cliente. Básicamente, los resultados ayudan a conformar el desarrollo y la priorización de los CBI, además de los programas de ofertas en general.

La encuesta de este año (2023) reiterará algunas de las preguntas de la última versión, las cuales darán una base y consistencia, pero también se expandirá para cubrir las necesidades y puntos de vista actuales de PacifiCorp y las partes interesadas. El diseño de la encuesta se describe a continuación.

## Diseño de la encuesta de 2023

	2021 – Todos los clientes residenciales	2023 – Enfoque del CEIP*
<b>Objetivo</b>	Todos los clientes residenciales (de los 6 estados)	Cientes residenciales de Washington
<b>Modos</b>	En línea, mensaje de correo electrónico de Pacific Power	<ul style="list-style-type: none"> <li>En línea, <b>mensaje de correo electrónico de MDC Research</b></li> <li><b>Teléfono</b></li> </ul>
<b>Idiomas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inglés</li> <li>Español</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inglés</li> <li>Español</li> </ul>
<b>Reclutamiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Invitación a la encuesta por correo electrónico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Aviso previo y publicaciones en redes sociales</b></li> <li>Invitación a la encuesta por correo electrónico</li> <li><b>Invitación a la encuesta por teléfono</b></li> </ul>
<b>Incentivo</b>	N/A	<b>Sorteo de tarjetas de regalo VISA con valor de \$100 (5)</b>
<b>Encuestas completas</b>	<b>3,591</b>	<b>3,750</b> (3,450 en línea y 300 por teléfono)

Nuevos métodos de extensión y alcance compensados por los cambios en la distribución del correo electrónico

\*El texto en rojo indica un cambio en 2023

Algunos de los cambios en la encuesta de este año incluyen:

- El anuncio de la encuesta se envió desde un correo electrónico de la empresa, “@pacificorp.com”, para reducir el potencial de estafas y avisar a los clientes que habrá una encuesta próximamente
- Aumento en las publicaciones de Twitter y Facebook para compartir la información más ampliamente
- Introducción de un incentivo. Los participantes entrarán a un sorteo de tarjetas de regalo con valor de 100 USD (cinco tarjetas de regalo disponibles)

La encuesta se diseñó en la primavera de 2023 y se aplicó durante abril y mayo. La encuesta tuvo como resultado 3,750 respuestas (la mayoría en línea, solo alrededor de 300 fueron llamadas telefónicas). Los resultados se están actualizando actualmente y la meta es volver a reunirnos con el EAG en otoño de este año para presentar los resultados.

### **Comentarios y preguntas del chat:**

- Yakima Community Aid preguntó: “¿Las encuestas telefónicas se aplicaron solo a las personas sin correo electrónico registrado o a todos?”
  - Laura James, de PacifiCorp, respondió por el chat: “Solo se aplicaron a las personas sin direcciones de correo electrónico. Una de las razones para hacer esto es que cuesta mucho más trabajo y dinero recopilar encuestas telefónicas, así que estuvimos tratando de enfocarnos en las personas con mayor probabilidad de necesitar el teléfono”.

## Esfuerzos de participación multicultural

Selyna, de PacifiCorp, reintrodujo el tema de la campaña en los medios ganados, la cual se dio a conocer en la reunión de abril del EAG, y presentó a Agustín Moreno, quien es el socio de PacifiCorp en esta campaña.

Agustín es un miembro de la comunidad y ha vivido en el valle por más de 20 años. En ese tiempo, creó muchas conexiones comunitarias con distintos grupos, lo cual lo califica de manera única como la voz ideal para llevar a cabo el programa piloto.

Agustín compartió el trabajo que se ha realizado hasta ahora, el cual representa un gran aumento en el alcance de este tipo. Por ejemplo, en 2022 hubo un total de 10 eventos, mientras que el plan de este año incluye 55 eventos reservados. Se llevaron a cabo seis eventos antes de la reunión del EAG en junio, entre ellos:

- Exposición Casa y Jardín
- Taco Fest
- Día de la Tierra
- Ferias de recursos

Estos eventos se enfocan ampliamente en poblaciones que hablan español y proporcionan información (verbal y colateralmente) sobre programas elegibles en inglés y en español. En los eventos han surgido varios temas/comentarios recurrentes que han sido escuchados, los cuales se muestran a continuación.

## What are we hearing?

Los contratistas desconocen los ahorros o cómo formar parte de la Red de contratistas asociados (Trade Ally Network)

### ¿Qué estamos escuchando?

**¿Por qué me cobran tanto por el servicio? (Pregunta #1)**



Desconocimiento de los cupones instantáneos de PacifiCorp y los descuentos en la compra de iluminación LED



Preferencias de comunicación: mejor el teléfono que el sitio web

Potencial para ampliar la difusión del Programa de asistencia a clientes de bajos ingresos y el Programa de tarifas por hora de uso

Historias de éxito que los clientes compartieron en relación con la modernización de su calefacción, aire acondicionado y ventanas

Agustín invitó a los miembros del EAG a los próximos eventos, entre ellos, el evento del Orgullo en Yakima el sábado 10 de junio y las Noches de Verano en el centro de Yakima el jueves 15 de junio.

Más allá de los eventos, también se están haciendo entrevistas para radio y televisión. Se mostró al EAG una [entrevista que dio Agustín para el programa "En Comunidad"](#).

El guion en español fue el siguiente:

TV – 4 min. 20 segundos

24 de mayo

#### **Presentador**

Hoy tenemos a Agustín Moreno, representante de Pacific Power, quien nos trae información bien importante. Agustín, bienvenido. Tengo entendido que el programa Wattsmart de Pacific Power es un programa para ahorrar dinero y energía. Dime cómo los televidentes pueden ahorrar dinero con Wattsmart de Pacific Power.

#### **Agustín**

Hola, gracias por invitarme y por darme la oportunidad de compartir unos consejos con tu audiencia de cómo ahorrar dinero y energía en casa. El programa Wattsmart es un programa gratis donde ofrecemos rebajas y cupones para elegir en nuestro sitio web, como los calentadores de agua.

#### **Presentador**

¿Qué nos puedes decir acerca de estas rebajas de calentadores de agua?

#### **Agustín**

Por ejemplo, el calentador de agua normal cuesta unos 800 dólares y uno de bajo consumo cuesta unos 1,700. Si un cliente va a instalarlo él mismo, puede conseguir un cupón de 900 dólares, que es un buen descuento en uno de estos calentadores, y también les ayuda a ahorrar energía en la factura de la luz.

**Presentador**

Cuéntame sobre el ahorro en los sistemas de calefacción y refrigeración

**Agustín**

Los sistemas de calefacción y refrigeración incluyen los termostatos inteligentes y también incluyen elementos como los aires acondicionados centrales que necesitaremos aquí, ya que la temperatura va aumentando. Estos sistemas de eficiencia energética son un 15% más eficientes que las unidades de aire acondicionado estándar, lo que también ayuda a ahorrar energía. Ahorita Wattsmart tiene una promoción donde si trabajan con uno de nuestros proveedores, nosotros les devolveremos 93 dólares aparte del reembolso

**Presentador**

Parece que hay muchas formas en las que Pacific Power puede ayudar a sus clientes a ahorrar dinero y energía, sobre todo.

**Agustín**

Sí, hay muchas formas. Los clientes también pueden ahorrar en ventanas de alta eficiencia, calefacción, insolación y otras mejoras de climatización que proporcionan confort y ahorro durante todo el año. Puede encontrar a un contratista en nuestro sitio web o llamando al número que está en pantalla y ellos le ayudarán a saber cómo recibir un incentivo.

**Presentador**

Recuérdanos, ¿quiénes pueden optar por Wattsmart?

**Agustín**

Los clientes de Pacific Power, ya sea que estén comprando casa o propietarios, eso incluye las casas prefabricadas, o "trailas", como las conocemos. Los clientes que cumplan con los requisitos de ingresos también pueden calificar para otros incentivos y programas adicionales.

**Presentador**

Cuénteme más sobre los clientes con ingresos limitados. Además de descuentos, ¿ofrecen ayudas para el pago de sus facturas?

**Agustín**

Sí, Pacific Power ofrece un programa para facturas de bajos ingresos que proporciona un descuento mensual en las facturas de los clientes residenciales que reúnan los requisitos de ingresos. Para solicitarlo, los clientes pueden contactar a su agencia local de acción comunitaria, aquí tenemos la información en pantalla.

**Presentador**

Es muy bueno saberlo. Entonces, ¿cuál es la medida anual de bono de facturas del programa de ayuda para facturas de bajos ingresos?

**Agustín**

En promedio, los participantes en el programan se ahorran unos 650 dólares anuales en sus facturas residenciales.

**Presentador**

Muy bien. ¡Es una muy buena cantidad de dinero!

**Agustín**

Sí y también es bueno comentarles que pueden ahorrar dinero desplazando el consumo de energía fuera de las horas pico durante los meses de verano e invierno. Por ejemplo, de junio a septiembre, las horas pico son de las 2 de la tarde a las 10 de la noche, que es cuando se usa más energía. Y de octubre a mayo son de 6 a 8 de la mañana y de 4 a 10 de la tarde.

**Presentador**

Muy bien, bueno pues antes de despedirnos, ¿cómo puede alguien iniciarse en Wattsmart?

**Agustín**

Antes de comenzar un proyecto, ya sea pequeño o grande, que puede ser desde instalar nueva iluminación hasta un aire acondicionado central, consulte con Pacific Power para ver si hay rebajas disponibles. Viste nuestra página o llame al número en pantalla para tener más información y obtener más consejos. Nosotros le ayudaremos a lo largo del proceso.

**Presentador**

Muy bien, Agustín. Muchas gracias por esa valiosísima información.

**Agustín**

Gracias a ti por invitarme. Y si me ven por la ciudad o en un evento no duden en acercarse y yo estaré gustoso de ayudarles y responder cualquier pregunta.

#### ***Preguntas y comentarios del chat:***

- Asian Pacific Islander Coalition comentó: “Gran trabajo. Nos gustó que mencionaran los números de teléfono varias veces. La APIC de Yakima ha notado que los anuncios de servicio público son una manera buena y asequible de comunicarnos con nuestra comunidad”.

#### ***Discusión:***

- Yakima Community Aid dio las gracias a Agustín y a PacifiCorp por los eventos y por compartir información en las comunidades. Estos esfuerzos son muy útiles para llegar a aquellas personas que más necesitan ayuda.
  - Agustín anotó y agradeció el comentario.



## Comentarios del público

No hubo comentarios del público.

## Cierre y siguientes pasos

Lisa Markus, de E Source, cerró la reunión con la siguiente pregunta a los miembros del EAG: *¿Cuál fue su mayor aprendizaje de la conversación de hoy?* Respondieron lo siguiente:

- Yakima County Development Association habló de la discusión de otro miembro del EAG en torno a las LED a la venta por una cantidad menor a la del programa, lo cual no fue anticipado.
- SonBridge mencionó el hecho de ver los programas conectados con los clientes para “dar en el clavo”. Además, agradecieron la transparencia; algunos programas funcionan, otros no y son reevaluados.
- Yakima Community Aid realmente aprecia la asociación y el uso de la retroalimentación para dar forma a las actividades de alcance y extensión.
- BMAC considera interesantes los cambios en las respuestas desde el uso de un correo electrónico con terminación “@pacificorp.com”.
- Northwest Community Action Center disfrutó escuchar sobre los crecientes esfuerzos de alcance alrededor de la comunidad y lo amplios que son.
- Asian Pacific Islander Coalition también habló del evento de alcance, enfocándose en la importancia de reunirse con los clientes en el lugar donde están. Esta organización está en mercados de agricultores semanales e invitó a PacifiCorp.

Kimberly Alejandro, de PacifiCorp, cubrió los siguientes pasos, entre ellos, la próxima reunión del EAG en persona. Hizo una descripción general de la política de compensaciones y reembolso de gastos de viaje para impulsar la asistencia. Los miembros del EAG pueden solicitar su compensación en cualquier momento. También se ofrece apoyo de alimentación y gastos de millaje.

Al cerrar la reunión, Kim Alejandro, de PacifiCorp, les recordó a los asistentes que los materiales y las notas de la reunión se publicarán en el sitio web la próxima semana, más o menos. Agregó también que no habrá reunión del EAG el siguiente mes, sino que Pacific Power visitará a los miembros del EAG en sus comunidades.