RESOLUCIÓN DEL PROYECTO FISE ORGANISMO SUPERVISOR DE LA INVERSIÓN EN ENERGÍA Y MINERÍA OSINERGMIN Nº 4-2015-OS-FISE

Lima, 28 de enero de 2015

VISTA:

La Resolución de Consejo Directivo de Osinergmin N° 187-2014-OS/CD que aprobó la norma denominada "Procedimiento para el reconocimiento de costos administrativos y operativos de las distribuidoras eléctricas en sus actividades vinculadas con el descuento en la compra del balón de gas".

CONSIDERANDO:

Que, a través de la Ley N° 29852 se creó el Fondo de Inclusión Social Energético (FISE) con la finalidad de realizar una compensación social y promoción para el acceso al GLP de los sectores vulnerables urbanos y rurales; disponiéndose encargar temporalmente a OSINERGMIN su administración y facultándosele a aprobar los procedimientos necesarios para la correcta administración del fondo;

Que, el numeral 7.3 del artículo 7 de la Ley N° 29852, señala que a partir de la focalización de los beneficiarios, las empresas concesionarias de distribución eléctrica efectuarán las actividades operativas y administrativas, a través de sus sistemas comerciales, para asegurar el funcionamiento del sistema y efectuarán las transferencias de acuerdo al procedimiento que establezca el reglamento;

Que, en atención a las facultades antes mencionadas, mediante Resoluciones de Consejo Directivo de OSINERGMIN N° 138-2012-OS/CD y N° 173-2012-OS/CD, se aprobaron los «Procedimientos, Plazos, Formatos y Disposiciones aplicables para la Implementación y Ejecución del FISE aplicable al descuento en la compra del balón de gas» y «Disposiciones Complementarias para la Operatividad a Nivel Nacional del FISE aplicable al Descuento en la Compra del Balón de Gas de Usuarios que tienen Servicio Eléctrico», respectivamente;

Que, mediante Resolución de Consejo Directivo N° 187-2014-OS/CD se aprobó la norma "Procedimiento para el reconocimiento de costos administrativos y operativos del FISE de las Distribuidoras Eléctricas en sus actividades vinculadas con el descuento en la compra del balón de gas", a través del cual se definen las actividades y criterios a considerar para el reconocimiento de costos administrativos y operativos del FISE de las Distribuidoras Eléctricas en sus actividades vinculadas con el descuento en la compra del balón de gas. Asimismo se establece que dichas actividades se clasifican en actividades de implementación y actividades operativas; y dentro de cada una de ellas se reconocen actividades extraordinarias, las cuales se realizan por única vez o de manera esporádica, considerándose como actividad extraordinaria las acciones de difusión y comunicación del programa FISE de acuerdo al Plan de comunicación aprobado por el Jefe del Proyecto FISE. Asimismo, para la ejecución de las mencionadas actividades extraordinarias se requiere previa aprobación de las directivas del Jefe del Proyecto FISE o las comunicaciones que dicho funcionario remita a las Distribuidoras Eléctricas;





Que, estando a lo expuesto en el considerando precedente resulta necesario que el Jefe de Proyecto FISE establezca directivas para la difusión y comunicación del Programa FISE a cargo de las Distribuidoras Eléctricas;

De conformidad con lo dispuesto en la Cuarta Disposición Complementaria Final de la Resolución de Consejo Directivo de OSINERGMIN N° 148-2013-OS/CD;

SE RESUELVE:

Artículo 1°.- Aprobar la "Directiva para la difusión y comunicación del Programa FISE a cargo de las Distribuidoras Eléctricas", que como Anexo forma parte integrante de la presente Resolución.



<u>Artículo 2°.</u>- Disponer la publicación de la presente resolución en el portal de internet de OSINERGMIN (<u>www.osinergmin.gob.pe</u>) y notificar mediante oficio a las Empresas Distribuidoras Eléctricas.



<u>Artículo 3°.</u>- La presente resolución entrará en vigencia a partir del día siguiente de su publicación en el portal de internet de Osinergmin.

Firmado Digitalmente por: MURILLO HUAMAN Victor (FAU20376082114)

Fecha: 29/01/2015

Víctor Murillo H.

Jefe de Proyecto FISE

ANEXO

DIRECTIVA PARA LA DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN DEL PROGRAMA FISE A CARGO DE LAS DISTRIBUIDORAS ELÉCTRICAS

I. OBJETIVO GENERAL:

Difundir y comunicar, oportuna y eficazmente, información referente al funcionamiento del Programa de Compensación Social y Promoción para el acceso al GLP del Fondo de Inclusión Social Energético (FISE).

II. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Difundir y comunicar a la población vulnerable los requisitos y procedimientos para acceder al beneficio del Programa de Compensación Social y Promoción para el acceso al GLP.
- Difundir y comunicar al Beneficiario FISE sobre sus derechos y obligaciones relacionados con el Programa de Compensación Social y Promoción para el acceso al GLP, así como respecto de los mecanismos para reportar irregularidades en el funcionamiento del mencionado Programa.
- Difundir y comunicar a los agentes autorizados sobre los requisitos y procedimientos para participar en el Programa de Compensación Social y Promoción para el acceso al GLP, así como sobre el proceso de canje de los Vales de Descuento FISE.
- Difundir y comunicar a las autoridades sobre el acceso universal de la energía y los fines del FISE.

III. ALCANCES:

Esta directiva será de aplicación por las Distribuidoras Eléctricas para la realización de acciones de difusión y comunicación respecto al funcionamiento del Programa de Compensación Social y Promoción para el acceso al GLP, de acuerdo a las normas vigentes.

IV. MARCO LEGAL:

La presente directiva tiene como sustento las normas siguientes:

- Ley N° 29852, Ley que crea el Sistema de Seguridad Energética en Hidrocarburos SISE y el Fondo de Inclusión Social Energético – FISE.
- 2. Decreto Supremo N° 021-2012-EM, Reglamento de la Ley que crea el Sistema de Seguridad Energética en Hidrocarburos y el Fondo de Inclusión Social Energético.
- 3. Resolución de Consejo Directivo N° 138-2012-OS/CD, que aprueba la Norma "Procedimiento, Plazos, Formatos y disposiciones aplicables para la implementación y ejecución del FISE aplicable al descuento en la compra del balón de gas".
- 4. Resolución de Consejo Directivo N° 173-2012-OS/CD, que aprueba la Norma "Disposiciones complementarias para la operatividad a nivel nacional del FISE aplicable al descuento en la compra del balón de gas de usuarios que tienen servicio eléctrico" y modificatorias.
- Resolución de Consejo Directivo N° 148-2013-OS/CD, que aprueba "Disposiciones para la implementación y funcionamiento del Vale Digital FISE al descuento en la compra del Balón de GLP".







- 6. Resolución de Consejo Directivo N° 247-2013-OS/CD, que aprueba la Norma denominada "Atención de Solicitudes Presentadas ante las Distribuidoras Eléctricas en Relación con la Promoción del Acceso al GLP a través del FISE".
- 7. Resolución de Consejo Directivo N° 249-2013-OS/CD, que aprueba los "Criterios adicionales para optimizar la identificación y elaboración del Padrón de Beneficiarios FISE que cuentan con servicio eléctrico".
- 8. Resolución de Consejo Directivo de Osinergmin N° 034-2013-OS/CD que aprueba la norma denominada "Procedimiento para el reconocimientos administrativos y operativos del de las distribuidoras eléctricas en sus actividades vinculadas con el descuento en la compra del balón de gas", modificada por la Resolución de Consejo Directivo de Osinergmin N° 187-2014-OS/CD.
- Resolución de Proyecto FISE N° 4-2014-OS-FISE que aprobó las "Disposiciones Complementarias para optimizar la operatividad del funcionamiento del Vale Digital FISE".

V. PÚBLICO A DIRIGIRSE:

- Población vulnerable
- Beneficiarios FISE
- Agentes Autorizados GLP
- Autoridades locales

VI. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN:

- La Distribuidora Eléctrica es la responsable de elaborar, comunicar y difundir su material publicitario de manera oportuna y adecuada, de acuerdo a presente directiva.
- La Distribuidora Eléctrica desarrollará acciones de difusión de acuerdo a sus necesidades, a fin de garantizar el adecuado funcionamiento del programa.
- Las campañas a realizarse deberán considerar el diseño de los materiales y modelo de mensajes publicados en el "Repositorio FISE". Los diseños de los materiales elaborados por la Distribuidora Eléctrica y que se encuentren en el mencionado Repositorio FISE deberán ser remitidos al Jefe de Proyecto FISE con el fin de registrarlos en dicho repositorio, para ser utilizados posteriormente por todas las Distribuidoras Eléctricas.
- Las Empresas Distribuidoras Eléctricas con más de cinco mil Beneficiarios en Padrón o cinco mil Potenciales Beneficiarios podrán contar con un stock de material publicitario impreso equivalente al 15% y 10% del número de Beneficiarios o Potenciales Beneficiarios respectivamente.
- Para las Distribuidoras Eléctricas no consideradas en el párrafo anterior, el Jefe de Proyecto FISE les proveerá el material publicitario cuando se requiera.
- Para el caso del material publicitario impreso destinado a los agentes comercializadores de GLP, será el Jefe de Proyecto FISE quien proveerá del material publicitario impreso, a excepción de la banderola de identificación.







VII. DEFINICIONES

- Agente Autorizado GLP.- Agente de la cadena de comercialización para la venta final del GLP envasado, autorizado por el Administrador para la venta final del GLP envasado, a los usuarios FISE.
- Beneficiario FISE.- Persona incluida en el Padrón de Beneficiarios, destinatario del Beneficio FISE.

- Beneficio FISE: Vale de Descuento FISE. Podrá incluir la entrega de un Kit de Cocina a GLP por única vez, a los Beneficiarios que no cuenten con cocina a GLP previa evaluación de los criterios establecido en la normativa vigente.
- Distribuidora Eléctrica.- Empresa concesionaria de distribución eléctrica, al amparo de la Ley de Concesiones Eléctricas y la Ley General de Electrificación Rural y, de conformidad con lo establecido en la Primera Disposición Complementaria del Decreto Supremo N° 041-2013-EM.
- Repositorio FISE.- Espacio virtual ubicado en el sistema integral FISE (página web FISE) donde se almacena la "Guía de Comunicaciones del Programa FISE", los diseños de materiales y modelos de mensajes, que serán utilizados para la difusión y comunicación del Programa de Compensación Social y Promoción para el Acceso al GLP, a cargo de la Distribuidora Eléctrica.

VIII. PROCEDIMIENTO PARA LA REALIZACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

La Distribuidora Eléctrica debe seguir la siguiente directiva para diseñar las campañas de difusión y comunicación del programa Compensación Social y Promoción para el Acceso al GLP:

- Analizar la situación de la operatividad y resultados de la implementación del Programa de Compensación Social para la Promoción del GLP a fin de identificar el objetivo de la campaña, según lo establecido en la "Guía de Comunicaciones del Programa FISE".
- 2. Identificar el objetivo específico de la campaña, según lo establecido en el numeral II de la presente directiva.
- 3. Identificar el tipo de campaña a ejecutar, según lo establecido en la "Guía de Comunicaciones del Programa FISE".
- 4. Determinar el público objetivo de la campaña, según lo establecido en el numeral V de la presente directiva y evaluar sus variables:
 - a) Variables demográficas: Edad, sexo, lengua predominante, clima, nivel socioeconómico (actividades económicas, ocupación, nivel de estudios, localidad)
 - b) Variables psicográficas: Personalidad, estilo de vida, valores y creencias, intereses.
- 5. Definir los temas que se difundirán en la campaña, según lo establecido en la "Guía de Comunicaciones del Programa FISE".
- 6. Identificar los mensajes que se difundirán en la campaña, utilizando la información del Repositorio FISE.
- 7. Seleccionar los canales de comunicación a utilizar según lo dispuesto en la "Guía de Comunicaciones del Programa FISE".
- 8. Elaborar el cronograma para la campaña, el cual deberá contener como mínimo lo siguiente:
 - a) Actividad a realizar.
 - b) Lugares donde se realizará.
 - c) Materiales a utilizar.
 - d) Responsables de la actividad.
 - e) Fecha de inicio y fin de la actividad.

IX. PAUTAS PARA LA EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

La Distribuidor Eléctrica, para la ejecución de las campañas, deberá tomar en cuenta las pautas detalladas en la "Guía de Comunicaciones del Programa FISE" que se encuentra en el Repositorio FISE antes señalado.









X. EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DE ACTIVIDADES

- Dentro de los 30 días calendarios de aprobada la presente Resolución, las Distribuidoras Eléctricas presentarán al Jefe de Proyecto FISE, por única vez, un Estado Situacional de actividades de comunicación sobre el FISE ejecutadas hasta la fecha, conforme a lo detallado en el FORMATO N° 1 de la presente directiva.
- 2. A los de 30 días calendario después de ejecutada cada Campaña de Comunicación, la Distribuidora Eléctrica deberá realizar la *Evaluación de la Campaña* y presentarla al Jefe de Proyecto FISE conforme a lo detallado en el FORMATO N° 2 de la presente directiva.







FORMATO N° 1: ESTADO SITUACIONAL DE ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN SOBRE EL FISE EJECUTADAS HASTA LA FECHA

ACTIVIDAD (CANALES DE COMUNICACIÓN)	LUGAR DE EJECUCIÓN	FECHAS DE EJECUCIÓN	MATERIALES USADOS	N° ESTIMADO DE CAPACITADOS	COMENTARIOS RESPECTO A LOS RESULTADOS

FORMATO N° 2: EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA

		ACCIONES	REALIZADAS	On the same of	
Público Objetivo	Canales de comunicación	Lugar de ejecución	Fecha de realización (Inicio-Fin)	Materiales usados	Responsable
Presencia de público	Número de Consultas en	Número de	Número de	Número de quejas	Número de
esperadas/N° de personas asistentes)	la EDE	nuevos beneficiarios	Agentes A.	presentadas	Tasa de canjo



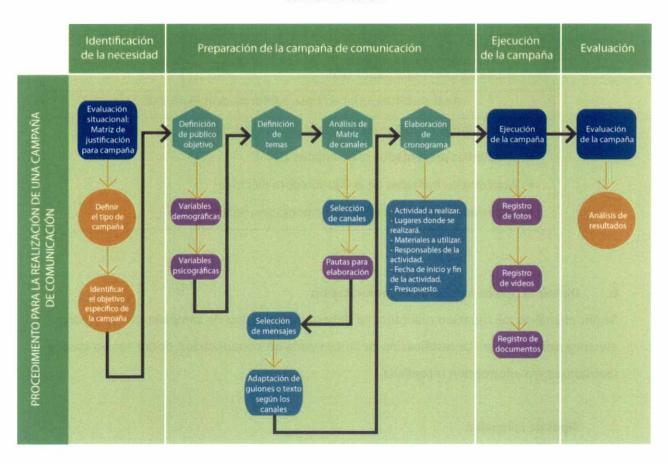
RECEPCIÓN DE COMENTARIOS DE LA POBLACIÓN (Problemas, quejas, comentarios, sugerencias sobre el FISE y el Vale FISE)

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES POR PARTE DE LA EMPRESA DE DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA

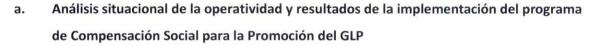
GUÍA DE COMUNICACIONES DEL PROGRAMA FISE

El siguiente documento contiene las pautas necesarias para poder aplicar campañas de comunicación que sean ejecutadas por la Distribuidora Eléctrica.

ESQUEMA DE PROCEDIMIENTO PARA LA REALIZACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN







La Distribuidora Eléctrica deberá realizar un análisis situacional de la operatividad y resultados de la implementación del programa de Compensación Social para la Promoción del GLP que vienen ejecutando. Este análisis servirá para ayudar a justificar la elección del tipo de campaña de comunicación que desarrollará. El Análisis Situacional puede ser en base a indicadores y/o información recopilada.





Formato 1: Análisis Situacional para la Justificación de Campaña de Comunicación

Análisis Situacional en base a indicadores					
INDICADOR	ESTADO ACTUAL	META (Podrá ser indicada por el proyecto FISE)			
Número de beneficiarios					
Número de distritos intervenidos					
Tasa de canje					
Número de agentes autorizados GLP					

Análisis Situacional en base a información recopilada

- Comentarios recibidos en la Distribuidora Eléctrica
- Problemas presentados relacionados al FISE
- Sugerencias recibidas en la Distribuidora Eléctrica
- Experiencias positivas en la implementación del FISE

b. Definir el tipo de campaña de comunicación

Según el análisis de situación realizado, se deberá elegir el tipo de campaña que la Empresa Eléctrica debe realizar. La Justificación de la campaña de comunicación podrá ser en base a indicadores y/o información recopilada.

Tipos de campaña:



a) De lanzamiento

Cuando se desea informar sobre la salida de una nueva herramienta o servicio que implementar la Administración FISE. Se debe informar cómo se llama, qué es y qué hace. Esta campaña aplica para la realización de Pilotos de proyectos.

Por ejemplo: Uso de la banca celular con el Vale Digital FISE, Implementación del Tukuy Rikuy, nuevas Herramientas de empadronamiento.



b) De sostenimiento

Utilizada para mantener informada a la población sobre temas específicos. No hay necesidad de que exista un problema para aplicar esta campaña. El objetivo es que la herramienta o servicio denote su presencia en la población.

Por ejemplo: La presencia del Vale Digital FISE en la comunidad sigue presente para ayudar a que el canje sea más seguro y rápido.

c) De reforzamiento

Se aplica para fortalecer los resultados de la operatividad del programa de GLP. Aquí se considera el reforzamiento para fomentar la tasa de canje.

Por ejemplo: ¡Los beneficios que te trae ser Agente del FISE son muchos! Conócelos en la charla informativa que se realizará en tu comunidad. FISE.

d) De aprendizaje

Se utiliza cuando se requiere que el público aprenda o se capacite en nuevos conocimientos.

Por ejemplo: Se llevará a cabo una capacitación para los Agentes Autorizados para enseñar el nuevo uso de los códigos de mensajes de texto para el canje del Vale Digital FISE.

e) De aviso y prevención

Cuando se quiere advertir sobre situaciones que pueden perjudicar la operatividad del programa Promoción para el acceso al GLP. Puede ser usada para dar aviso o para prevenir futuros acontecimientos desfavorables.

Por ejemplo: En la región se ha denunciado a 3 Agentes Autorizados FISE por la realización de canjes irregulares. El FISE se encuentra investigando lo ocurrido y analizando el comportamiento de todos los Agentes Autorizados de la zona.



Cada campaña tendrá un objetivo específico que determinará la Distribuidora Eléctrica. Aquí se debe mencionar con detalle lo que se quiere lograr: porcentajes, lugares, público objetivo, entro otros.

Por ejemplo: Objetivo específico de la Campaña de captación: Empadronar al 50% de los potenciales beneficiarios encontrados en el distrito de Calca en la región de Cuzco.





II. PREPARACIÓN DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

a. Público objetivo

Se debe recordar que las campañas de comunicación deben de estar dirigidas a **Beneficiarios** del FISE, Agentes Autorizados GLP, Autoridades locales y Población en general. Luego de la elección del público objetivo se debe evaluar las siguientes características:

- a) Variables demográficas: Edad, sexo, lengua predominante, clima, nivel socioeconómico (actividades económicas, ocupación, nivel de estudios, localidad)
- b) Variables psicográficas: Personalidad, estilo de vida, valores y creencias, intereses.

Esta información nos ayudará a conocer al público y poder seleccionar los canales de comunicación y mensajes que queremos transmitir.

Por ejemplo:

Público objetivo: Beneficiarios FISE

a) Variables demográficas:

- Edad: 25-50 añosSexo: Femenino
- Lengua predominante: Español y Quechua
- Clima: Presenta temporadas marcadas de lluvias, de octubre a marzo, con fuertes precipitaciones y de secas, de mayo a setiembre, presentando cielo azul y sol radiante. La temperatura oscila entre 15 °C. y 21 ℃.
- Nivel socioeconómico:
 - * Actividades económicas: Agricultura
 - * Ocupación: Pequeños agricultores de algodón.
 - * Nivel de estudios: Primaria completa
 - * Localidad: Distrito "A"

b) Variables psicográficas: Personalidad, estilo de vida, valores, creencias e intereses:

Las personas pasan gran parte de su tiempo en el campo, pues su actividad principal es la agricultura. Escuchan con mayor frecuencia radio, las noticias por las mañanas desde las 4:00 am hasta las 10:00 y luego por la tarde, desde las 3:00 pm hasta las 7:00 pm. Les interesa escuchar las noticias. Muchos entienden el español pero responden a la conversación en quechua. Las emisoras más escuchadas son Emisora 1 y Emisora 2.

Los pobladores del distrito son personas muy amables y serviciales. Siempre se ayudan para las labores comunales. Todos los domingos realizan una feria donde se puede apreciar la venta de alimentos, ganado, entre otras actividades de recreación.





b. Temas y mensajes

A continuación se muestran pequeñas listas de mensajes o ideas, agrupados por temas, que pueden ser utilizadas por la Distribuidora Eléctrica para la ejecución de las campañas de comunicación. Las listas se encontrarán dentro del repositorio del Sistema FISE, que es manejado por las Distribuidoras Eléctricas, y podrán ser complementadas y actualizadas por la Administración FISE.

- Tema 01: el fondo de inclusión social energético (FISE)
- Tema 02: empadronamiento para el Beneficio FISE
- Tema 03: requisitos para recibir el Beneficio FISE, beneficios que se otorgan e importancia para usuarios
- Tema 04: recepción del Vale de Descuento FISE para los beneficiarios
- Tema 05: entrega y recepción de Kit de Cocina para los beneficiarios
- Tema 06: medidas de seguridad para cautelar el vale de descuento FISE y asegurar su correcto canje, dirigido a los beneficiarios
- Tema 07: requisitos para ser agente autorizado FISE.
- Tema 08: oportunidades, beneficios e importancia de ser un agente autorizado FISE.
- Tema 09: canje del Vale de Descuento FISE por parte del agente autorizado.
- Tema 10: procedimiento para presentar denuncias o reclamos referidos al Beneficio
 FISE.

c. Matriz de canales de comunicación que se pueden utilizar

Los canales de comunicación que se utilizan se deben definir de acuerdo al público objetivo al que se dirigirá. A continuación se muestra los canales de comunicación a utilizar con un valor número que indica la prioridad para su aplicación.



1: Prioridad alta

4: Prioridad baia





MATRIZ DE CANALES DE COMUNICACIÓN SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO

	Beneficiarios	Agentes Autorizados FISE	Autoridades Locales	Población General
Dípticos/ trípticos/volantes	1	建筑 100元	1	1
Afiches	2	2	2	
Visitas a lugares específicos	3			5
Spot radial	4	6		2
Comunicación a través de locutor	5	7		3
Documentos oficiales	6	8	6	
Cintas de audio	7		5	
Diapositivas	8	4	4	
Capacitaciones/Charlas informativas	9	5	3	
Videos	10	13	9	6
Comunicaciones con la prensa	11			
Banner físico		3		
Banner de Internet		9		4
Correo electrónico		10	War Linds	
Publicidad a través del objeto (PTO)		11	7	
Encuestas/Entrevistas/Focus group		12	8	
Mensajes de texto		14	10	

d. Pautas para la aplicación de canales de comunicación

La Distribuidora Eléctrica, de acuerdo a los canales de comunicación elegidos, deberán tomar en cuenta las siguientes pautas:

Sobre Dípticos, Trípticos, Volantes

- Definir la información que se plasmará. Aquí tenemos la oportunidad de transmitir más contenido que en un Afiche o Banner.
- La información debe ser clara y optar por no usar tecnicismos.
- Debe ir el logo de la Empresa de Distribución Eléctrica y el FISE.
- Se pueden utilizar imágenes cuidando que puedan verse correctamente.
- Se debe colocar el correo electrónico, dirección web y ubicación de la empresa de distribución eléctrica.
- Se debe cuidar la combinación y contraste de los colores que se utilizarán.
- Tamaño recomendado: A6 (mínimo) A4, A4 (máximo)
- La cantidad máxima para un folleto es de 8 caras.





Sobre el Afiche

- Definir la información que se plasmará en el afiche. Se debe escribir solo los datos importantes y necesarios del tema que deseamos transmitir, con la finalidad de no saturar la pieza gráfica.
- La información debe ser clara y optar por no usar tecnicismos.
- Debe ir el logo de la Empresa de Distribución Eléctrica y el FISE.
- Se pueden utilizar imágenes cuidando que puedan verse correctamente al aumentar de tamaño.
- Se debe colocar el correo electrónico de la empresa de distribución eléctrica.
- Se debe cuidar la combinación y contraste de los colores que se utilizarán.
- Tamaño recomendado: 70 x 95 cm(máximo)

Sobre visitas a lugares específicos (ferias, mercados o plazas, visita a domicilio)

- Definir el tema a desarrollar en la actividad y evaluar su importancia.
- Coordinación para establecer el lugar que se visitaría (distritos, localidades). De necesitar permiso, en el caso de ferias, mercados o plazas, deberá coordinarse previamente con la autoridad pertinente.
- Creación del temario y los puntos claves que ha de comunicarse.
- Creación de una lista de preguntas con respuestas frecuentes.
- Elaboración de material de capacitación y publicidad a través del objeto (PTO) de ser necesario.
- Llevar un registro de personas interesadas en el FISE y el programa de GLP.

Sobre el spot radial:

- Redactar el guion para spot radial, tomando en cuenta las particularidades del público objetivo y la problemática de la localidad.
- Puede recurrirse al uso de monólogos o conversaciones entre personas, que no deben ser más de dos.
- El mensaje debe ser claro y vivencial; y estar en lengua predominante en el distrito.
- Debe colocarse como cuña final: «Es un mensaje del FISE y "Nombre de la Empresa de Distribución Eléctrica"»
- Se puede añadir sonido ambiental y hacer uso de melodías, y canciones, en este último caso se preferirá canciones de libre uso.
- El spot deberá tener una duración de 20 a 40 segundos como máximo.
- El número de reproducciones del spot radial debe ser entre 6 y 12 veces al día.





- Debe preferirse a las emisoras radiales de alcance local más sintonizadas por el público objetivo. Se debe elegir como máximo dos emisoras.
- Definir horarios con mayor sintonía de las emisoras seleccionadas.

Sobre la comunicación a través de locutor:

- Redactar un mensaje para que sea narrado por el locutor en su programa radial.
- El mensaje deberá culminar con la frase "Es un mensaje de FISE y Nombre de la Empresa de Distribución Eléctrica".
- El mensaje debe ser claro y vivencial; y estar en lengua predominante en el distrito.
- El mensaje deberá tener una duración de 30 a 60 segundos como máximo.
- El número de reproducciones debe ser de una vez dentro de los tres programas más sintonizados.

Cintas de audio:

- Redactar el guion, tomando en cuenta las particularidades del público objetivo
 y la problemática de la localidad.
- Puede recurrirse al uso de monólogos o conversaciones entre personas, que no deben ser más de dos.
- El mensaje debe ser claro y vivencial; y estar en lengua predominante en el distrito.
- Debe colocarse como cuña final: «Es un mensaje del FISE y "Nombre de la Empresa de Distribución Eléctrica"»
- Se puede añadir sonido ambiental y hacer uso de melodías, y canciones, en este último caso se preferirá canciones de libre uso.
- El spot deberá tener una duración de 1 a 3 minutos como máximo.
 El audio podrá ser transmitida por megáfono, alto parlantes, reproductores de audio. No será transmitido por radio.

Sobre diapositivas

- Las empresas de distribución eléctrica deberán realizar sus presentaciones sobre el FISE, con una plantilla proporcionada por la Administración FISE-Osinergmin.
- Las diapositivas siempre deben contener el logo de la empresa de distribución eléctrica y el FISE en la lámina de inicio y final de la presentación.
- Es preferible usar esquemas y gráficos claros y que puedan verse a larga distancia.





Los colores del texto deben contrastar con el color de fondo para que pueda permitir su lectura.

Sobre capacitaciones, reuniones, talleres y charlas informativas

- Definir el tema a desarrollar en la actividad y evaluar su importancia.
- Coordinación para definir el lugar donde se realizará la actividad. Obtener los permisos que se requieran.
- Coordinar la invitación al público objetivo a la actividad. Para ello, la Empresa Eléctrica podrá coordinar con las oficinas regionales de Osinergmin, Autoridades locales, programas sociales u diversas organizaciones.
- Creación del temario y los puntos claves que ha de exponerse.
- Creación de una lista de preguntas con respuestas frecuentes.
- Elaboración de material de capacitación.
- Elaboración de un acta de reunión indicando: razón de reunión, lugar, fecha, expositores, número de asistentes y conclusiones.

Sobre los videos

- Los videos que se elaboren no serán utilizados para transmisión en televisión con señal abierta.
- Los videos pueden ser transmitidos por el circuito cerrado de las empresas de distribución eléctrica.
- El proceso de elaboración de un video consta de:
 - ✓ Elaborar el guion del video.
 - ✓ Crear el storyboard del video.
 - ✓ Grabar la voz en off del video a realizarse.
 - ✓ Editar las imágenes y audio del video.
- Las imágenes, voz y sonido de fondo, deberán considerar las características del público objetivo al que está dirigido el video.
- Se deberá colocar los logos de la empresa de distribución eléctrica y el FISE en la cuña de inicio y final del video.
- La cuña final deberá tener información de contacto como correo electrónico, teléfono y página web de la empresa de distribución eléctrica. Así mismo, deberá colocar el correo electrónico y página web del FISE.
- La duración recomendable de duración del video es de 2 a 4 minutos.
 Todo video deberá estar en formato .mp4 o contar con una copia en dicha extensión.





Sobre el Banner impreso

- Se debe colocar un título general, acompañado de una descripción. Esta información debe ser general sobre la Empresa de Distribución Eléctrica y el FISE, pues es como un signo de identificación.
- La información que se plasmará no debe ser extensa, pues hay que considerar que debe leerse a los lejos de forma clara.
- Debe ir el logo de la Empresa de Distribución Eléctrica y el FISE.
- Se pueden utilizar imágenes cuidando que puedan verse correctamente al aumentar de tamaño.
- Se debe colocar el correo electrónico de la empresa de distribución eléctrica.
- Se deberá usar los colores característicos de la Empresa de Distribución Eléctrica y el FISE.
- Los tamaños recomendados son: 60 x 120 cm (mínimo) 200 x 100 cm (máximo)

Publicidad por internet

 Todas las empresas de distribución eléctrica deberán en el Home de su página web un banner estático sobre el FISE, el cual los llevará a la sección de la implementación del FISE por dicha empresa eléctrica.
 Dentro de la sección del fondo de la empresa eléctrica, se colocará una pequeña imagen que los invite a visitar el portal web del FISE.

Publicidad a través del objeto (PTO)

 Debe ir el logo de la empresa de distribución eléctrica y del FISE de forma impresa o bordada.

La administración FISE-Osinergmin proporcionará un modelo de los objetos indicando colores a usar y la ubicación de logos, mediante Oficio.

Sobre encuestas, entrevistas y Focus Group

 El modelo y guía de estas herramientas de investigación serán proporcionadas por la Administración FISE, las cuales serán enviadas a las Empresas Eléctricas a través de un Oficio.

e. Selección de mensajes

Los mensajes se encontrarán en el repositorio del Sistema FISE que es utilizado por cada Distribuidora eléctrica dentro de la lista de Temas de Campañas de Comunicación.





f. Adaptación de temas y mensajes para la campaña

Los mensajes que se indican en el numeral 2.2, no deben ser escritos estrictamente igual en los soportes de los canales de comunicación (afiche, spot radial, díptico, etc.)

Por ejemplo:

Se elige el Tema 03 para la campaña: **Requisitos para ser recibir el Vale de descuento FISE, beneficios que se otorgan e importancia.**Luego, se elegirá uno de los mensajes para tenerlo como base en la creación del texto o guion final que se difundirán.

Mensaje o idea de base que se encuentra en el repositorio del Sistema FISE:

✓ Con el Vale FISE podrás ahorrar 16 soles para comprar tu balón de gas, así
podrás usar el dinero en el colegio de tus hijos o en el almuerzo de la semana.

Para saber si eres un beneficiario FISE, acude a la Empresa Eléctrica con tu
recibo de luz y DNI, ellos te dirán si cumples con los requisitos.

Si se eligió la realización de un spot radial. Entonces el mensaje debe ser modificado para que pueda ser entendido de forma clara y ágil, además debemos considerar no pasarnos del tiempo limitado que nos da la emisora radial.

Guion para Spot de 30 segundos:

Sonido ambiental: Campo

VOZ 1: Este mes compré mi balón de gas con el vale de descuento del FISE que me vino con el recibo de luz y con los 16 soles que ahorré pude comprar a «Panchita», mi carnerito.

Cortina musical

VOZ EN OFF: Tú también puedes acceder al descuento de 16 soles para tu balón de gas, acércate a (Nombre de la E.D.E.) con tu recibo de luz y pregunta si puedes ser beneficiario.

CUÑA: Es un mensaje de (Nombre de la E.D.E.) y el FISE

Si se requiere la traducción de algún texto que vaya a ser plasmado en una pieza gráfica o se deba grabar como voz en off, deberá ser traducido por una persona que pertenezca a la región donde se difundirá el mensaje.





g. Elaboración de un cronograma

Para un mayor control de la campaña, se debe elaborar un cronograma considerando la siguiente información: Actividad a realizar, lugares de ejecución, materiales a utilizar, responsables de la actividad, fecha de inicio y fin de la actividad.

MODELO REFERENCIAL DE CUADRO DE EVALUACIÓN

LUGARES DONDE SE REA MATERIALES A UTILIZAR: RESPONSABLES DE LA AC					
TIPO DE CAMPAÑA (Marcar con una "X")	De lana	zamiento	De sostenimi	ento	
	De refo	orzamiento	De aprendiza	De aprendizaje	
ACTIVIDAD	(MES FECHA DE INICIO Y FIN			
	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	

III. EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN



En esta etapa ponemos en marcha las actividades ya planificadas. Es importante que en esta etapa observemos cómo se desarrollan las actividades pues podemos encontrar situaciones que no se habían previsto y pueden poner en riesgo la ejecución de nuestra campaña. En esta etapa es de utilidad que se realicen fotografías, grabaciones de video, audios, se firme documentos de asistencia, entre otros recursos que nos ayuden a evidenciar la realización de las actividades.



IV. EVALUACIÓN

Para realizar la evaluación de la campaña de comunicación, se debe considerar la siguiente información:

		ACCION	ES REALIZADAS		
Canales de comunicación	Lugar de ejecu		echa de realización (Inicio-Fin)	Materiales usados	Responsable
Presencia de público (N° de personas esperadas/N° de personas	Número de Consultas en la EDE	Número de nuevos beneficiarios	Número de nuevos Agentes A.	Número de quejas presentadas	Número de Tasa de canje
asistentes)					

RECEPCIÓN DE COMENTARIOS DE LA POBLACIÓN (Problemas, quejas, comentarios, sugerencias sobre FISE y el Vale FISE)					
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES POR PARTE DE LA EMPRESA DE DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA					





VI. ESTADO SITUACIONAL DE ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN SOBRE EL FISE

El modelo de Formato que deberá seguir la Distribuidora Eléctrica para comunicar al Proyecto FISE, por única vez, el Estado Situacional de actividades de Comunicación sobre el FISE; será:

ACTIVIDAD (CANALES DE COMUNICACIÓN)	LUGAR DE EJECUCIÓN	FECHAS DE EJECUCIÓN	MATERIALES USADOS	N° DE CAPACITADOS	COMENTARIOS

A continuación detallamos un ejemplo de cómo se debe completar el formato:

ACTIVIDAD	LUGAR DE EJECUCIÓN	FECHA DE EJECUCIÓN	MATERIALES USADOS	N° DE CAPACITADOS	COMENTARIOS
Spot radial	Distrito de Lircay—Región Huancavelica	Noviembre del 2013	Spot de guion radial de 30 segundos en Quechua y Español.	No se pudo definir. Aproximadame nte 50 pobladores.	Luego del spot radial, que se transmitió por 15 días en la Emisora "A", se contó con 20 atenciones por día en la empresa que solicitaban información para ser beneficiarios FISE.



