

PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA PARA LOS MESES DE NOVIEMBRE Y DICIEMBRE DE 2023 DEL ORGANISMO SUPERVISOR DE LA INVERSIÓN EN ENERGÍA Y MINERÍA (OSINERGHMIN)

I. INTRODUCCIÓN

El Organismo Supervisor de la Inversión en Energía y Minería, Osinerghmin, es una institución pública, adscrita a la Presidencia del Consejo de Ministros, encargada de la regulación tarifaria y la supervisión de empresas que operan en el sector de electricidad, hidrocarburos y minero, con el objetivo de que estas cumplan con las disposiciones legales de las actividades que desarrollan. Osinerghmin fiscaliza estos sectores con autonomía, capacidad técnica y reglas claras y predecibles, para que sus actividades se desarrollen en condiciones de seguridad para la comunidad, trabajadores y el ambiente, así como también para que dispongan de un suministro de energía confiable y sostenible a nivel nacional. El objetivo de Osinerghmin es que el Perú consolide su desarrollo energético con servicios de calidad, asequibles y seguros, así como también afianzar la sostenibilidad y seguridad del sector energético-minero y convertirse en la institución del Estado peruano de mayor credibilidad y confianza.

En el Plan Estratégico Institucional 2023-2028 (PEI) de Osinerghmin se definen, entre otros, los siguientes Objetivos Estratégicos Institucionales (OEI) y Acciones Estratégicas Institucionales:

Objetivos Estratégicos Institucionales	Acciones Estratégicas Institucionales
OEI.03. Aumentar la satisfacción de los grupos de interés	• AEI 03.01: Difusión y promoción del ahorro y eficiencia energética, deberes y derechos de los usuarios • AEI 03.03: Servicios digitales implementados para el empoderamiento de los ciudadanos
OEI.04. Consolidar el liderazgo del Osinerghmin como entidad especializada y autónoma.	• AEI 04.02: Estrategias de comunicación para un mayor posicionamiento de Osinerghmin ante la ciudadanía • AEI 04.03: Comunicación estratégica diferenciada según grupos de interés de acuerdo a sus necesidades

En el PEI se precisa: “La difusión de las acciones de gestión institucional en beneficio de toda la ciudadanía es la estrategia de comunicación aplicada e incluye el uso de diversas herramientas y plataformas comunicacionales (redes sociales, eventos virtuales y presenciales, campañas de difusión con alcance masivo y relacionamiento con los medios de comunicación). Esta estrategia promueve el acercamiento con los usuarios a través de campañas, para dar a conocer las iniciativas de Osinerghmin, las funciones institucionales y brindar información sobre el uso responsable de la electricidad y el balón de gas para prevenir accidentes”.

En el Reglamento de Organización y Funciones de Osinerghmin, aprobado mediante Decreto Supremo N° 010-2016-PCM, del 12 de febrero del 2016, se precisa que “La Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales es un órgano de apoyo que depende funcional y administrativamente de la Gerencia General. Está encargada de planificar y gestionar la imagen dentro y fuera de la institución, dar apoyo a los órganos de OSINERGHMIN en las actividades de información y comunicación a la sociedad respecto de los objetivos, funciones, acciones y logros de la Entidad; así como

administrar los elementos de la identidad corporativa de la institución”. Así mismo, se precisa que entre sus funciones está dirigir el plan de medios de comunicación y proponer actividades de comunicación externa de la institución.

II. DEFINICIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

Conforme a lo establecido en el artículo 1 de la Ley 28874, Ley que regula la publicidad estatal, son objetivos de esta ley: “a) Establecer los criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del Gobierno Nacional, gobierno regional y gobierno local, destinarán al rubro de publicidad, en prensa escrita, radio y televisión. b) Fiscalizar la transparencia y racionalidad en el uso de los recursos públicos para la contratación de servicios de publicidad en prensa escrita, radio y televisión.”

Así mismo, en el artículo 2 del Reglamento de los requisitos para la autorización de publicidad estatal establecidos en la Ley 28874, Ley que regula la publicidad estatal, modificada por la Ley 31515, se precisa que la norma “es de aplicación obligatoria para todas las entidades públicas y dependencias del Gobierno central, regional o local que, utilizando recursos públicos, contratan publicidad estatal con medios de comunicación (prensa escrita, radio y televisión)”.

En ese sentido, el presente Plan de Estrategia Publicitaria detalla las campañas publicitarias a realizar por el Organismo Supervisor de la Inversión en Energía y Minería, en los meses de noviembre y diciembre de 2023, que cuenten con inversión en medios radiales y de prensa escrita. Las campañas a realizar son las siguientes:

1. Nuevo aplicativo Facilito

En diciembre de 2015, Osinergmin lanzó el aplicativo Facilito, con el objetivo transparentar la información sobre los precios de los combustibles y permitir a los ciudadanos tomar mejores decisiones de compra en grifos y estaciones de servicio. En los siguientes años, la institución lanzó los aplicativos Facilito Electricidad, para facilitar la realización de denuncias ciudadanas por problemas con el servicio eléctrico; Facilito Balón de gas, para encontrar los locales de venta de gas formales, con sus respectivos precios actualizados; Facilito Gas natural, para conocer si la red de este combustible pasa cerca del domicilio del usuario y encontrar la lista de instaladores de gas natural registrados en Osinergmin. Estos aplicativos fueron creados con el objetivo de ayudar a los ciudadanos a tomar mejores decisiones en su rol de usuarios, agilizar sus trámites y contribuir a su economía.

Con el objetivo de crear una mejor experiencia de usuario y facilitar el acceso al ciudadano de información relevante en su rol de usuarios del sector energético, Osinergmin ha desarrollado un nuevo aplicativo, llamado Facilito, que reúne en una sola app las principales funcionalidades de los anteriores aplicativos Facilito (Combustibles), Facilito Electricidad, Facilito Balón de gas, Facilito Gas natural.

Esta campaña busca difundir en la ciudadanía los beneficios de utilizar el nuevo aplicativo Facilito, y promover su descarga y uso en todo el ámbito nacional.

2. Prevención de accidentes eléctricos por precipitaciones pluviales

Mediante el D.S. N° 110-2023-PCM, del 3 de octubre de 2023, se prorrogó en sesenta (60) días calendario, a partir del 7 de octubre de 2023, el Estado de Emergencia en varios distritos de algunas provincias de los departamentos de Amazonas, Áncash, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Huancavelica, Huánuco, Ica, Junín, La Libertad, Lambayeque,

Lima, Moquegua, Pasco, Piura, San Martín, Tacna y Tumbes por peligro inminente ante intensas precipitaciones pluviales (período 2023-2024) y posible Fenómeno El Niño, declarado mediante el Decreto Supremo N° 072-2023-PCM y prorrogado por el Decreto Supremo N° 089-2023-PCM.

En ese sentido, con el objetivo de promover el conocimiento de la ciudadanía sobre la prevención de accidentes durante y después de las precipitaciones pluviales, se ha previsto la realización de una campaña publicitaria que difunda recomendaciones de seguridad en las localidades declaradas en Estado de Emergencia.

3. Información sobre el plan para reducción de accidentes por fugas de gas en hogares

De acuerdo al tercer párrafo del artículo 2 de la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal, se define como “publicidad institucional a toda aquella que tiene por finalidad promover conductas de relevancia social, tales como el ahorro de energía eléctrica, la preservación del medio ambiente, el pago de impuestos, entre otras, así como la Difusión de la ejecución de los planes y programas a cargo de las entidades y dependencias”. En tal sentido, Osinerghmin realiza acciones comunicacionales que buscan desarrollar una cultura preventiva en la sociedad respecto a los asuntos relacionados a asegurar que la población tenga acceso al servicio de electricidad y combustibles de calidad, y a promover la seguridad en la actividad minera.

Como es el caso del proyecto del balón de gas de GLP, que es el energético más utilizado para cocinar en los hogares a nivel nacional y cuyo envase debe cumplir con las condiciones de seguridad necesarias para evitar accidentes. Es por ello que Osinerghmin realizó una identificación y priorización de los criterios de riesgos que causan la inseguridad de los cilindros, y realizó diseños de supervisiones muestrales y diseños de sanciones que disuadan a los agentes comercializadores de cometer incumplimientos a las normas.

Esto se realiza como parte de un análisis de impacto regulatorio en el desarrollo de sus normas que busca mejorar la seguridad de los balones de GLP que se comercializan en el país. Este proyecto recibió el Premio de Buenas Prácticas en Gestión Pública 2023, en la categoría Mejora de la Regulación, otorgado por Ciudadanos al Día.

La implementación de esta medida ha permitido reducir el porcentaje de balones de GLP que presentan incumplimientos durante las supervisiones realizadas por Osinerghmin, pasando del 29% al 15%, entre el 2021 y 2022.

En ese sentido, se ha previsto difundir información sobre el proyecto y esta buena práctica, con el objetivo de seguir promoviendo la reducción de accidentes por fugas de gas en los hogares.

III. DESCRIPCIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

1. Nuevo aplicativo Facilito

Objetivos:

- Difundir los beneficios para el ciudadano que brinda el nuevo aplicativo Facilito.
- Promover la descarga y uso de la nueva app Facilito de Osinerghmin.

Público objetivo:

- Mujeres y hombres, mayores de 18 años, responsables del hogar.
- Personas que conduzcan vehículos.

Ubicación geográfica del público objetivo:

Perú. Nivel nacional.

Periodo de difusión:

Noviembre - diciembre de 2023.

2. Prevención de accidentes eléctricos por precipitaciones pluviales

Objetivos:

- Difundir recomendaciones para prevenir accidentes eléctricos en zonas con precipitaciones pluviales.

Público objetivo:

- Mujeres y hombres, mayores de 18 años, de provincias declaradas en Estado de Emergencia.

Ubicación geográfica del público objetivo:

Amazonas, Áncash, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Huancavelica, Huánuco, Ica, Junín, La Libertad, Lambayeque, Lima, Moquegua, Pasco, Piura, San Martín, Tacna y Tumbes.

Periodo de difusión:

Noviembre - diciembre de 2023.

3. Información sobre el plan para reducción de accidentes por fugas de gas en hogares

Objetivo:

- Difundir sobre el plan para reducción de accidentes por fugas de gas en los hogares y el otorgamiento del Premio Buenas Prácticas en Gestión Pública.

Público objetivo:

- Mujeres y hombres, especialistas del sector energético, líderes de opinión y empresas del sector hidrocarburos.

Ubicación geográfica del público objetivo:

Perú. Nivel nacional.

Periodo de difusión:

Noviembre - diciembre de 2023.

IV. JUSTIFICACIÓN DE CAMPAÑAS

Osinergrmin, a través de la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales, realiza diversas actividades de difusión orgánica, con el fin de dar a conocer a los diferentes públicos de interés sobre las funciones e iniciativas de la institución; así como sobre los derechos de los usuarios, el ahorro de energía y la prevención de accidentes eléctricos y con los combustibles. En ese sentido, realiza actividades de gestión de prensa, a través de la publicación de notas y coordinación de entrevistas en medios de comunicación; actividades de comunicación digital, mediante la publicación de posts en redes sociales y página web; actividades de comunicación directa, a través de las activaciones BTL o campañas en zonas de alta afluencia de público; entre otras.

Si bien estas actividades de comunicación permiten obtener resultados relevantes, en la estrategia de difusión resulta importante la contratación de la difusión de publicidad en medios de comunicación, con el objetivo de obtener un gran alcance. En ese sentido, se realizará campañas de publicidad entre los meses de noviembre y diciembre de 2023.

En base a la información del Estudio Overmedia¹, de abril de 2023, la radio y la televisión son los medios con mayor alcance a nivel nacional, llegando al 92% de la población cada uno.

	Lima Metropolitana	Lima Provincias	Costa y Sierra Norte	Sierra Centro y Sierra Sur	Costa Sur	Oriente
Universos	9,166,500	710,300	4,856,200	3,204,600	2,373,300	1,643,300
Total Medios	99.9	100.0	99.8	99.9	100.0	100.0
 Radio	92.9	91.5	91.7	93.3	87.7	97.5
 TV Total	94.6	92.2	89.3	85.6	94.7	88.3
 TV Abierta	93.2	91.9	88.0	83.8	77.6	86.8
 TV Cable	63.8	64.7	49.2	27.5	39.6	65.0
 Digital	92.3	74.8	66.3	77.9	78.7	69.4
 OHH/DOOH	87.6	81.1	63.8	60.0	71.8	72.0
 Diarios	43.9	24.6	35.3	25.8	25.2	29.7

Conforme al mismo estudio, la atención a la publicidad es bastante alta en Lima. La televisión, OHH/DOOH y la radio son los medios con mayor atención los tres con un promedio de 90%. Los diarios impresos también poseen un significativo nivel de atención de 89%, y los medios digitales un 82%. En el interior del país, la radio es el medio que recibe mayor atención, con un promedio de 92%, seguida de los diarios impresos con 88%, el OOH/DOOH y la televisión, ambos con 87% y el medio digital con 79%.

¹ https://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/MARKET%20REPORT_20230418.pdf

En el Informe Técnico Estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares del INEI², del primer trimestre del 2023, se identificó que el 70,7% de los hogares del país tenían acceso a la radio. Por área de residencia, en el Resto urbano el 71,2%, en el Área rural el 70,9% y en Lima Metropolitana el 69,8%.

Para las presentes campañas, a realizarse entre los meses de noviembre y diciembre de 2023, se utilizarán medios de comunicación radiales y de prensa escrita. Así mismo, se contratarán medios digitales. Los medios de comunicación a contratar se definirán con la propuesta y sustentación técnica que se realice a través de la información que proporcione una Central de Medios que contratará Osinergrmin, a través de su Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales.

V. PERTINENCIA, IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO Y PRODUCTO ESPERADO

1. Nuevo aplicativo Facilito

El nuevo aplicativo Facilito busca ofrecer a los ciudadanos información sobre los precios y ubicación de los grifos y estaciones de servicio; así como de los locales de venta de gas en balones (GLP) a nivel nacional. Con ello se busca contribuir a la disminución de los precios, como resultado de una libre competencia entre los diversos establecimientos, y empodera a los consumidores con información confiable con el objetivo de que tomen una decisión de compra informada. Así mismo, se le brinda la confianza al usuario de que los establecimientos de venta de combustibles que consumen (y que aparecen en el aplicativo) son formales y supervisados por Osinergrmin.

Por otro lado, el aplicativo facilita al ciudadano la realización de denuncias por problemas con el servicio eléctrico, sin la necesidad de tener que trasladarse hasta la concesionaria, permitiendo el ahorro de tiempo y dinero. A través del app, el ciudadano puede reportar problemas con el servicio eléctrico, tales como, facturaciones excesivas en su zona, problemas con el alumbrado público, interrupciones del servicio, peligro por cables o postes caídos. La denuncia será enviada de inmediato a la empresa eléctrica, y Osinergrmin supervisará a la empresa eléctrica a fin de que cumpla con atenderle. El app permite al usuario realizar el seguimiento a la atención de su denuncia y señalar si está conforme o no con la atención brindada.

Por otro lado, el aplicativo Facilito le permite al usuario conocer si la red de gas natural pasa cerca de su casa y le indica si puede acceder a las promociones de descuento que brinda el Estado para la instalación de este combustible. Así mismo, en Facilito, el ciudadano puede contactar a los instaladores de gas natural registrados en Osinergrmin para solicitar una visita. El app también permite reportar, ante la empresa concesionaria, cualquier inconveniente con el servicio de gas natural, como fugas, tuberías rotas y problemas con la instalación.

El objetivo del aplicativo Facilito de Osinergrmin es contribuir con la satisfacción del ciudadano en su rol de usuario de los servicios y productos energéticos. En ese sentido, resulta importante dar a conocer, de manera masiva, a través de publicidad, a la ciudadanía sobre los beneficios de utilizar el aplicativo.

2. Prevención de accidentes eléctricos por precipitaciones pluviales

Ante el peligro de intensas precipitaciones pluviales y posible Fenómeno del Niño, el Gobierno decretó el Estado de Emergencia en varios distritos de los departamentos Amazonas, Áncash, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Huancavelica, Huánuco, Ica, Junín, La Libertad, Lambayeque, Lima, Moquegua, Pasco, Piura, San Martín, Tacna y Tumbes, el cual, a través del D.S. N° 110-2023-PCM, ha sido ampliado por 60 días calendario, a partir del 7 de octubre de 2023.

En ese sentido, Osinergmin ha iniciado una campaña que tiene como finalidad orientar y concientizar a la ciudadanía a fin de que tome precauciones para evitar accidentes eléctricos en el hogar y en la vía pública.

Entre otros temas, se difundirá la importancia de que los hogares cuenten con interruptores termomagnético y diferencial, como sistema de protección ante sobrecargas, cortocircuitos y riesgos de electrocución. Así mismo, se recomendará la revisión de las instalaciones eléctricas internas del hogar por parte de un técnico calificado.

Como parte de las recomendaciones de seguridad, se detallará las acciones a seguir para prevenir accidentes ante la presencia de agua o excesiva humedad dentro del hogar; así como los consejos de prevención en la vía pública, ante cables caídos, o árboles que pudieran estar en contacto con el cableado eléctrico aéreo.

Con el objetivo de promover que la campaña tenga un alto alcance en la ciudadanía y que más personas conozcan y se sensibilicen sobre las recomendaciones de seguridad en épocas de lluvias, se ha previsto la contratación de publicidad en las zonas declaradas en Estado de Emergencia.

3. Información sobre el plan para reducción de accidentes por fugas de gas en hogares

Osinergmin ha realizado la identificación y priorización de los criterios e riesgos que causan la inseguridad de los cilindros y realizó diseños de supervisiones muestrales y diseños de sanciones, con el objetivo de disuadir a los agentes comercializadores de cometer incumplimientos a las normas. Estas medidas han permitido reducir el porcentaje de balones de GLP que presentan incumplimientos durante las supervisiones realizadas por Osinergmin, pasando del 29% al 15%, entre el 2021 y 2022.

Con la difusión de la campaña se busca poner en valor la importancia de seguir promoviendo este proyecto que fomenta las condiciones de seguridad en la comercialización del GLP entre especialistas del sector, líderes de opinión y empresas del sector hidrocarburos.

VI. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Para las presentes campañas, a realizarse entre los meses de noviembre y diciembre de 2023, se ha previsto la contratación de medios radiales y de prensa escrita. Si bien, en el alcance de la Ley que regula la publicidad estatal únicamente están incluidos los medios televisivos, radiales y escritos; se hace la precisión que, como parte de los medios a contratar para las presentes campañas, también se incluirán medios digitales.

Los medios de comunicación a contratar se definirán con la propuesta y sustentación técnica que se realice a través de la información que proporcione una Central de Medios

que contratará Osinergmin, a través de su Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales.

VII. PRESUPUESTO

El presupuesto para la contratación de medios de comunicación de prensa escrita y radiales es el siguiente: S/640 000.00, los cuales serán distribuidos en las siguientes campañas:

Campaña	Presupuesto de medios de comunicación de prensa escrita y radiales
Nuevo aplicativo Facilito	S/ 466 000.00
Prevención de accidentes eléctricos por precipitaciones pluviales	S/ 151 000.00
Información sobre el plan para reducción de accidentes por fugas de gas en hogares	S/ 23 000.00
Presupuesto total	S/ 640 000.00

Cabe señalar que, como parte de la difusión de las presentes campañas, se ha previsto la utilización de medios digitales, los cuales no están comprendidos en la Ley de Publicidad Estatal.

VIII. MARCO LEGAL

- Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal.
- Ley N° 31515, Ley que modifica la ley 28874, Ley que regula la publicidad estatal.
- D.S. N° 064-2023-PCM, Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de los requisitos para la autorización de realización de publicidad estatal establecidos en la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, modificada por la Ley N° 31515.
- R.C.D. 054-2023-OS/CD (aprobación del Plan Estratégico Institucional 2023-2028).
- D.S. 010-2016-PCM, Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de OSINERGMIN
- D.S. N° 110-2023-PCM, Decreto Supremo que prorroga el Estado de Emergencia en varios distritos de algunas provincias de los departamentos de Amazonas, Áncash, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Huancavelica, Huánuco, Ica, Junín, La Libertad, Lambayeque, Lima, Moquegua, Pasco, Piura, San Martín, Tacna y Tumbes por peligro inminente ante intensas precipitaciones pluviales (período 2023-2024) y posible Fenómeno El Niño.

«gmarquez»

Gianino Marquez Álvarez

Gerente de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales