



# PREMIOS EIKON 2005

CATEGORIA 13  
COMUNICACION INSTITUCIONAL

TÍTULO  
EDESUR CON LA ENERGIA DE SU GENTE

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA  
EDESUR

AREA  
GERENCIA DE COMUNICACIÓN

Edesur es una empresa privada que presta el servicio público de distribución de energía eléctrica a más de 2,1 millones de clientes (6 millones de habitantes) en 2/3 partes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en 12 partidos de la provincia de Buenos Aires.

La empresa abastece un área de concesión de 3.300 km<sup>2</sup> donde se consume más del 20% de la demanda eléctrica de todo el país.

Edesur inició su concesión en septiembre de 1992 y a través de un plan de inversiones que superó los mil millones de dólares, ha logrado importantes mejoras en los indicadores de calidad de servicio.

### Valores

- Orientación hacia el cliente
- Compromiso con la calidad, la seguridad y el medio ambiente
- Integración con la comunidad
- Transparencia
- Aprendizaje y docencia
- Rentabilidad para los inversores

### Misión

"Somos una empresa de servicio público de energía eléctrica que distribuye y comercializa un insumo vital y crítico para la satisfacción de las necesidades básicas y de confort de empresas, instituciones y particulares, con continuidad, seguridad, calidad y eficiencia.

Agregamos valor concientizando y asesorando a los clientes en el uso seguro y eficiente de la energía, minimizando el impacto ambiental, dando una solución rápida y definitiva a los problemas y actuando con responsabilidad comunitaria.

Procuramos la mejora personal y profesional de los miembros de la organización y una genuina inserción comunitaria. Dentro de este marco buscamos ser percibidos como líderes del sector y alcanzar una rentabilidad sostenida para los inversores".

## INTRODUCCION

A partir de la crisis de 2001 las empresas de servicios sufrieron un fuerte impacto no solo financiero sino también de imagen, siendo acusadas entre otras cosas de no haber realizado inversiones en las redes.

A medida que pasó el tiempo y la situación fue mejorando paulatinamente, EDESUR tomo una postura de bajo perfil realizando acciones sin mayor difusión.

Para revertir esta situación, EDESUR ha iniciado durante el mes de junio una campaña publicitaria con sus profesionales bajo el slogan "EDESUR con la energía de su gente" generando una imagen de apertura hacia nuestros clientes y mostrando:

- Transparencia
- Compromiso con la Calidad
- Buena relación con sus trabajadores
- Compromiso con el futuro

El objetivo de los avisos es mostrar a quienes trabajan en EDESUR y todo el esfuerzo en sus actividades, para brindar la mejor calidad de servicio.

La temática de los avisos aborda temas de planificación de inversiones, aumento de demanda, continuidad laboral durante la crisis, planes de contingencia, seguridad en la vía pública, tareas que desarrollan las cuadrillas nocturnas, y todo el trabajo que hay detrás de algo tan simple como encender la luz.

El público al que apunta la Campaña Institucional en primer lugar es a los trabajadores de la Compañía, los clientes, líderes de opinión, periodistas y autoridades.

Esta Campaña fue apoyada en EDESUR a través de herramientas internas de comunicación: Línea Directa, Intranet y Revista Institucional América Endesa.

La campaña publicitaria se encuentra en este momento en el aire en las principales radios, auspicios en programas periodísticos de cable y en los canales de noticias TN, CRONICA TV y AMERICA 24, medios gráficos nacionales y diarios zonales. Además esta disponible en nuestra Página de Internet [www.edesur.com.ar](http://www.edesur.com.ar), en la que hubo que desarrollar un modulo especial para que todos pudieran tener acceso. Esta página no sólo se ve a nivel nacional, sino también en Latinoamérica y España.

## EJECUCIÓN DEL PLAN

En principio se pensó que se quería decir y mostrar.

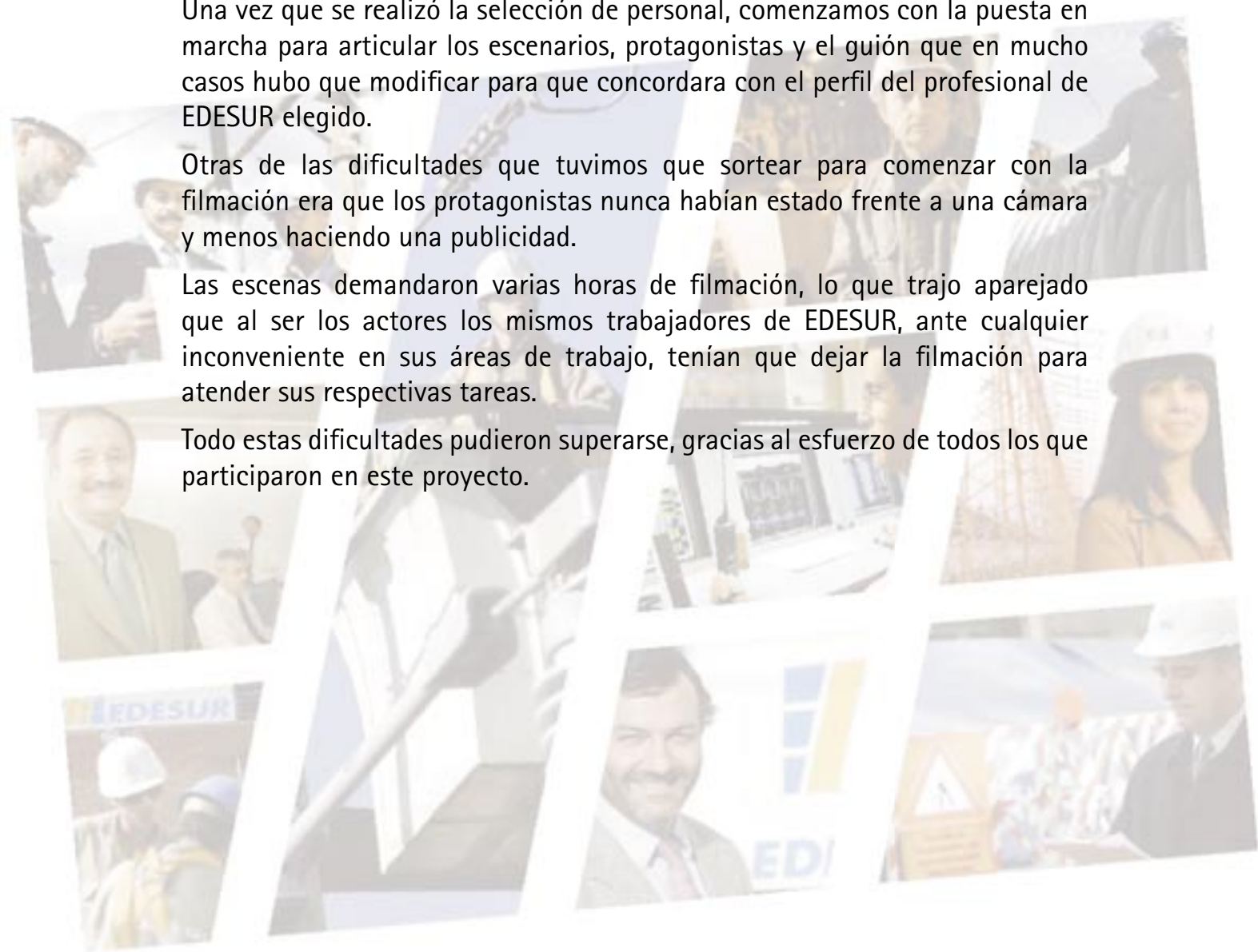
Se decidió que lo mejor era que los propios empleados de EDESUR formaran parte de los avisos institucionales. Seguidamente, hubo que identificar quienes iban a ser la cara visible de los avisos, sus historias de vida, el tipo de tareas que realizaban, si su personalidad era compatible con lo que tenía que expresar. Entonces, se procedió a armar el guión.

Una vez que se realizó la selección de personal, comenzamos con la puesta en marcha para articular los escenarios, protagonistas y el guión que en muchos casos hubo que modificar para que concordara con el perfil del profesional de EDESUR elegido.

Otras de las dificultades que tuvimos que sortear para comenzar con la filmación era que los protagonistas nunca habían estado frente a una cámara y menos haciendo una publicidad.

Las escenas demandaron varias horas de filmación, lo que trajo aparejado que al ser los actores los mismos trabajadores de EDESUR, ante cualquier inconveniente en sus áreas de trabajo, tenían que dejar la filmación para atender sus respectivas tareas.

Todo estas dificultades pudieron superarse, gracias al esfuerzo de todos los que participaron en este proyecto.



## EVALUACIÓN Y PRUEBAS

La Campaña Institucional llamada "EDESUR con la energía de su gente" tuvo muy buenas repercusiones tanto internas como externas.

La iniciativa y puesta en marcha estuvo a cargo de la Gerencia de Comunicación y la Agencia de Publicidad "El Oso Producciones", y demandó un fuerte trabajo de producción, varias jornadas de filmación en distintas instalaciones de la compañía y en vía pública. Además, muchas horas de compaginación que terminaron materializados en 6 avisos de una duración promedio de 30 segundos.

Después de un trabajo silencioso, Edesur decidió que era el momento de incrementar su presencia en los medios. ¿El motivo? Comunicar sus valores que, a través del esfuerzo cotidiano de los trabajadores, logran brindar un mejor servicio, más allá de los diversos vaivenes políticos y económicos del país.

Para ello, recurrió a la imagen de su gente, la que, en definitiva, es la responsable directa de la exitosa marcha de la compañía en todos estos años. Así es, que hoy podemos ver a distintos empleados de Edesur, de diversas áreas, dando a conocer los 3 mil millones de pesos invertidos por la Empresa, sin pausa, en épocas buenas y malas, las dos nuevas subestaciones y los 1.200 kilómetros de redes eléctricas construidos en el último año. Además, de la invaluable tarea que llevan a cabo Jorge Finochiaro, Jefe del Centro de Control; Cecilia Diaz, Jefe de Planificación de Obras de Alta Tensión; Eduardo Iezin, Jefe de Desarrollo de la Red de Alta Tensión; Miguel Trufa, Jefe de Seguridad en la Vía Pública; Paulo Tonco, Jefe de Grandes Clientes y Hector Lobissolo responsable de una cuadrilla de operaciones, y su respectivo personal, que están para responder a cualquier emergencia.

Una campaña multimedia, que incluye televisión, radio y gráfica. Un mensaje claro, honesto y transparente, de una empresa que tiene mucho que ver con la energía con la que nuestro país se está poniendo nuevamente de pie.

## RESULTADOS

Dentro de EDESUR, se hizo una presentación de la Publicidad Institucional a diferentes públicos internos, los comentarios realizados demostraron que nuestro objetivo inicial al hacer los avisos con nuestros propios empleados realmente, dió sus frutos.

En el ámbito empresarial, distintos responsables de comunicaciones nos felicitaron por la Campaña. Además, fueron muchos los periodistas y comunicadores que nos hicieron llegar su opinión favorable sobre el contenido y la idea de los avisos. Pero lo que resultó gratamente sorprendente, es que periodistas de primer nivel como es el caso de Marcelo Longobardi y Any Ventura, lo hayan manifestado en sus respectivos programas.

ID	MEDIO	PROGRAMA
513915	Del Plata AM 1030	Animate esta noche
FECHA	HORA	DURACION
21/07/2005	21:16:00 - 21:16:30	00:00:30
<b>TRANSC: Publicidad de Edesur - Comentario</b>		
<b>ANY VENTURA:</b> Buenísima una cosa que me contaron, que viste la publicidad de Edesur, me contaron que los que hablan son laburantes de Edesur, no es que son contratados. Que por ejemplo la señora que habla es una señora que trabaja en Edesur, que los tipos que hablan son los laburantes de Edesur que están laburando en la calle... nada, hacen la publicidad con...		
<b>COLUMNISTA:</b> No, son actores que hacen de laburantes.		
<b>AV:</b> No, no, no, son los mismos laburantes.		

ID	MEDIO	PROGRAMA
513190	Radio 10 AM 710	Cada Mañana
FECHA	HORA	DURACION
21/07/2005	08:53:00 - 08:54:00	00:01:00
<b>TRANSC: Elogios a la campaña de Edesur - Comentario</b>		
<b>MARCELO LONGOBARDI:</b> He leído hoy por allí, elogios a la publicidad de Edesur. Hay una campaña muy intensa de Edesur, como consecuencia de que está hecha por ellos mismos, por sus empleados que trabajan dentro de Edesur, cosa que no es normal.		

Estos comentarios favorables de nuestra Campaña Publicitaria, premia el esfuerzo de todas las áreas de la Compañía que participaron y ,especialmente a "nuestros actores" con los que compartimos habitualmente nuestra tarea cotidiana.



# Anexos



## Experiencias de los protagonistas

**Paulo Tonco**

*Jefe de Grandes Clientes*

"En los primeros momentos estuve bastante nervioso, me generó mucha expectativa pensar qué sería de mí después de salir por televisión y radio, ver tu cara públicamente. Esto era algo inesperado y totalmente nuevo para mí (nunca había participado de nada parecido y es muy distinto a dar la cara ante los clientes).

Decidí participar, aunque no estaba muy convencido, lo tomé como un desafío personal. Lo ví como una oportunidad de probarme y no la quise desaprovechar.

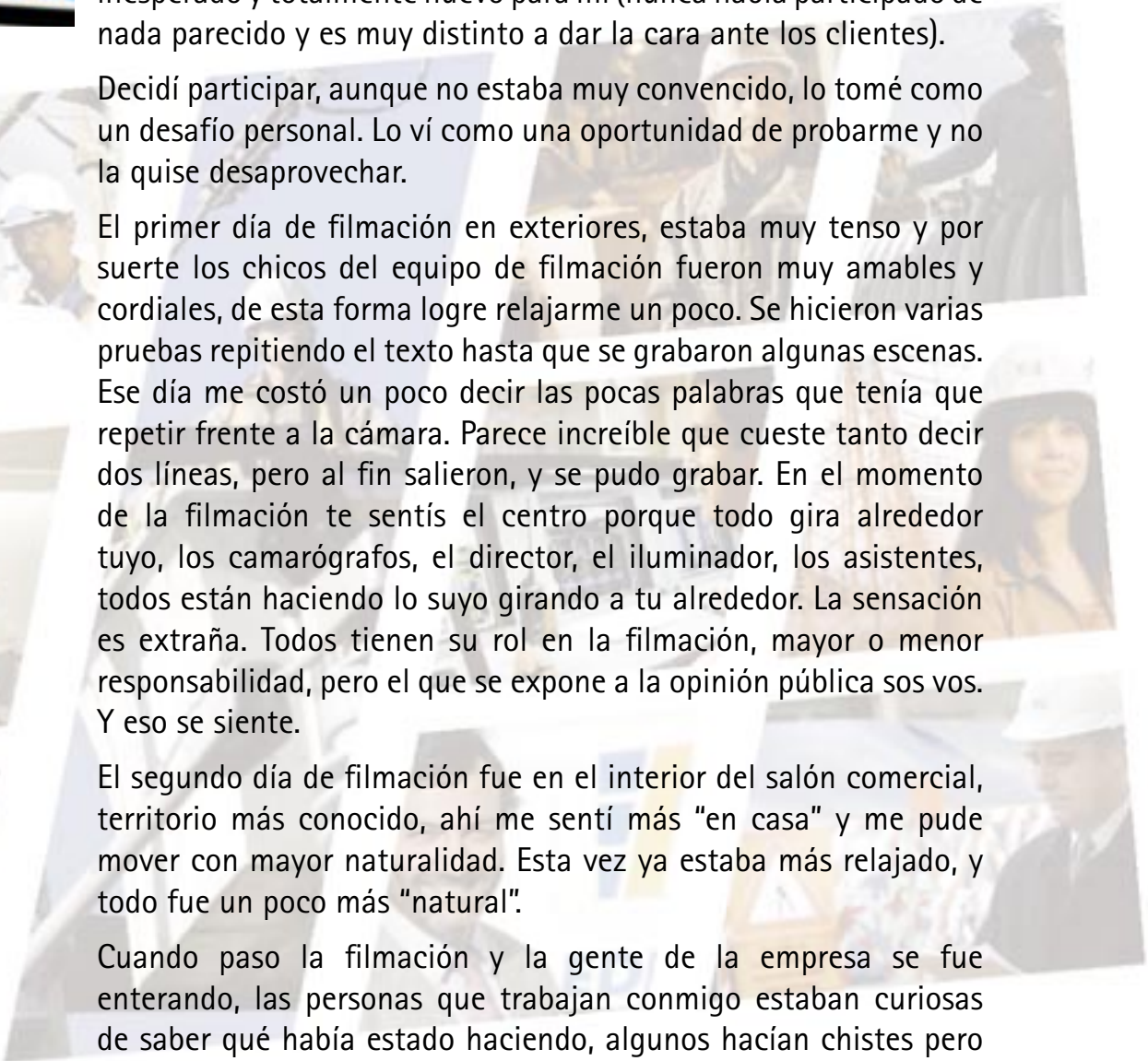
El primer día de filmación en exteriores, estaba muy tenso y por suerte los chicos del equipo de filmación fueron muy amables y cordiales, de esta forma logre relajarme un poco. Se hicieron varias pruebas repitiendo el texto hasta que se grabaron algunas escenas. Ese día me costó un poco decir las pocas palabras que tenía que repetir frente a la cámara. Parece increíble que cueste tanto decir dos líneas, pero al fin salieron, y se pudo grabar. En el momento de la filmación te sentís el centro porque todo gira alrededor tuyo, los camarógrafos, el director, el iluminador, los asistentes, todos están haciendo lo suyo girando a tu alrededor. La sensación es extraña. Todos tienen su rol en la filmación, mayor o menor responsabilidad, pero el que se expone a la opinión pública sos vos. Y eso se siente.

El segundo día de filmación fue en el interior del salón comercial, territorio más conocido, ahí me sentí más "en casa" y me pude mover con mayor naturalidad. Esta vez ya estaba más relajado, y todo fue un poco más "natural".

Cuando paso la filmación y la gente de la empresa se fue enterando, las personas que trabajan conmigo estaban curiosas de saber qué había estado haciendo, algunos hacían chistes pero todo con "buena onda". Me sentí bien por haberlo hecho y no me arrepiento.

En cuanto a mis conocidos, amigos y familiares en general les ha gustado y me felicitan por haber participado. Hasta ahora no tuve ninguna reprobación, todos los que se enteran o me vieron o escucharon por radio me felicitaron.

Creo que la iniciativa es buena y para mí fue una experiencia enriquecedora".





**Cecilia Laura Díaz**

*Jefe de Planificación de Obras de Alta Tensión*

"Soy ingeniera y trabajo en el Departamento de Planificación AT de EDESUR. Este año fui convocada para participar de un Comercial de la Empresa junto con otros seis compañeros más. Se me solicitó aparecer en primera persona hablando de temas relativos a mi trabajo.



En principio me sorprendió la propuesta dado que siempre pensé que este tipo de publicidades se realizaban con actores. Acepté, porque me entusiasmó la idea de acercar, a través de este medio, el quehacer de la empresa a nuestros clientes.

No voy a negar que también me surgieron mis dudas a la hora de pensar el "como iba a quedar", si realmente podría aparecer de un modo espontáneo o si iba a quedar como un mensaje forzado.

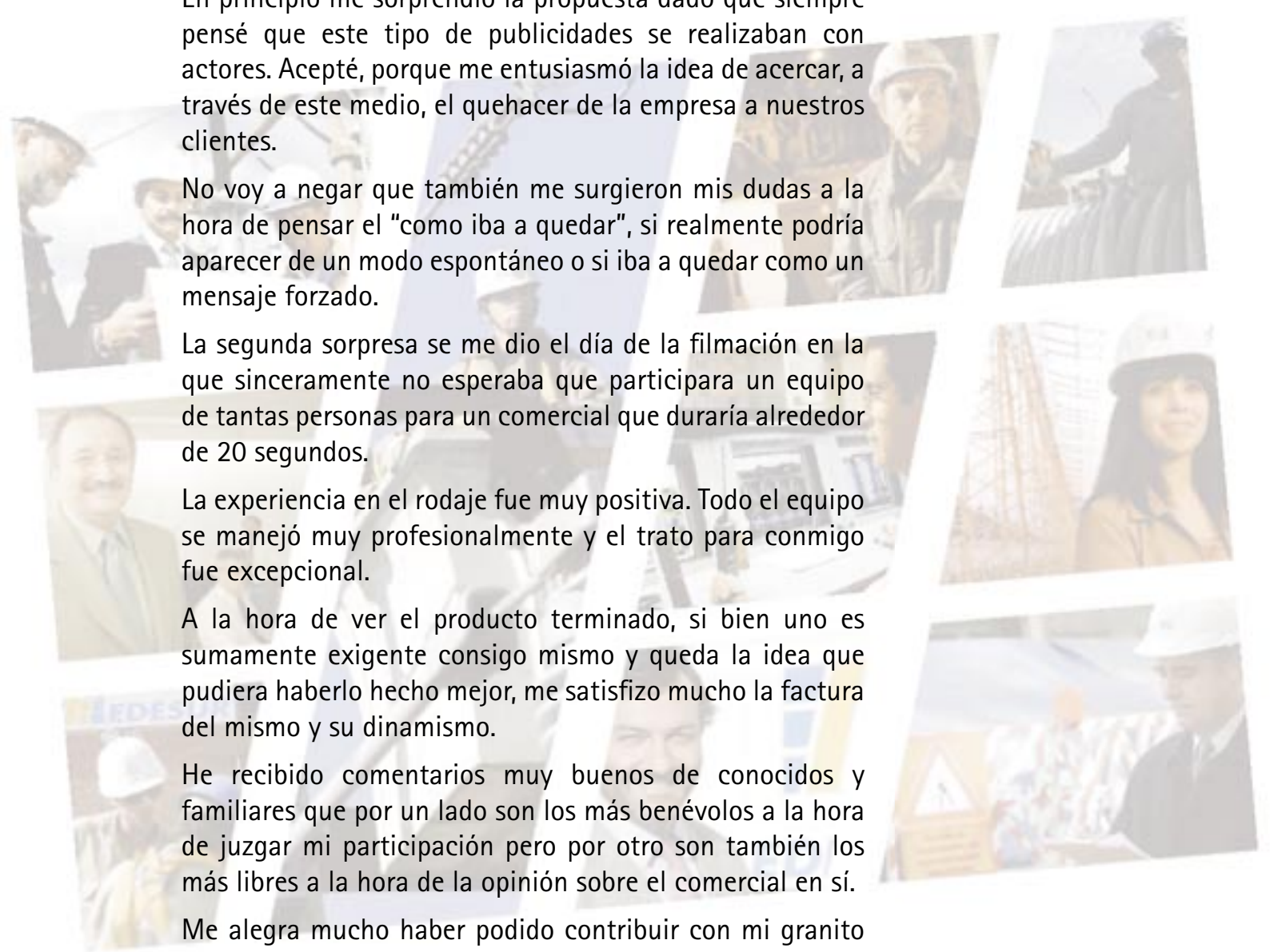
La segunda sorpresa se me dio el día de la filmación en la que sinceramente no esperaba que participara un equipo de tantas personas para un comercial que duraría alrededor de 20 segundos.

La experiencia en el rodaje fue muy positiva. Todo el equipo se manejó muy profesionalmente y el trato para conmigo fue excepcional.

A la hora de ver el producto terminado, si bien uno es sumamente exigente consigo mismo y queda la idea que pudiera haberlo hecho mejor, me satisfizo mucho la factura del mismo y su dinamismo.

He recibido comentarios muy buenos de conocidos y familiares que por un lado son los más benévolo a la hora de juzgar mi participación pero por otro son también los más libres a la hora de la opinión sobre el comercial en sí.

Me alegra mucho haber podido contribuir con mi granito de arena a la comunicación de la empresa, si bien no es mi área, la considero una herramienta fundamental de acercamiento a la comunidad en general, y a nuestros clientes y autoridades en particular".





## Jorge Finocchiaro

*Jefe del Centro de Control*

"En principio me sentí muy orgulloso, por la propuesta de participar en dicho proyecto. Tenía la oportunidad de mostrar lo que hacemos y expresarlo con naturalidad.

Lo interprete como una posibilidad de transmitir nuestra transparencia a nuestros clientes, expresando que todo lo que hacemos esta muy ligado a la responsabilidad, dedicación y cariño con que desarrollamos nuestras tareas.

Al observar el resultado de la publicidad, la satisfacción que sentí fue mayor, complementada por los buenos comentarios de varias personas y por supuesto de mi entorno.

Es una muy buena experiencia y quiero expresar mis felicitaciones a los organizadores y productores".



## Eduardo Iezin

*Jefe de Desarrollo de la Red de Alta Tensión*

"En primer lugar cabe destacar que fue una situación inédita, dado que hasta esta oportunidad, nunca había siquiera estado presenciando una filmación, mientras ahora debía estar frente a una cámara y "cargando" un micrófono.

La ayuda y paciencia de todo el personal de la productora fue relevante para suplir mi falta de talento y experiencia personal en estas situaciones, donde me resultó difícil "actuar naturalmente como si no te estuvieran filmando", tal cual me repetían muy amablemente y de buenísima "onda", cada vez que la escena no salía como el Director quería.

Quiero destacar la buena voluntad puesta de manifiesto por los empleados de EDESUR y Contratistas que adecuaron sus actividades en la obra a las necesidades de la filmación cuando fue necesario".



## Miguel Trufa

*Jefe de Seguridad en la Vía Pública*

"La primera preocupación fue que me estaban convocando para una tarea totalmente diferente a lo que uno está acostumbrado a realizar. Cuando vi el equipo y logística que se contrató para grabar los avisos me serene. La tranquilidad fue total al ver el producto terminado y mi impresión se confirmó con los comentarios recibidos, los que demostraron un alto nivel de aceptación del trabajo realizado.

Independientemente de todo, fue excelente la oportunidad para que la Empresa envíe un mensaje preventivo que puede lograr evitar algún tipo de accidente de terceros en la vía pública".



## Hector Lovisolo

*Responsable de una cuadrilla de operaciones*

"Jamás pensé que iba a participar en algo así, la experiencia fue tremenda. Al principio me costó bastante, pero con la ayuda de todos lo logré y los resultados fueron buenos, no lo digo porque soy yo, sino porque los comentarios de la gente que me conoce fueron positivos".

