

LA ENERGÍA NOS PONE EN MOVIMIENTO

Campaña de Seguidores PAE

Número y nombre de la/s categoría/s a inscribirse:

Categoría 15: Campaña digital móvil

Título del programa:

Campaña de Seguidores PAE

Nombre de la compañía o institución:

Pan American Energy

Departamento, área (consultoras de relaciones públicas u otras en caso de tratarse de asesores externos de las compañías) que desarrolló el plan:

Vicepresidencia de Relaciones Institucionales

Persona/s responsable/s del plan de comunicación:

- Daniel Felici, Vicepresidente de Relaciones Institucionales
- Martín Ancarola, Gerente de Comunicación Externa
- Ana Zenklusen, Líder en Comunicación Institucional
- Agustina Etayo, Analista en Comunicación Institucional

SOBRE PAN AMERICAN ENERGY

Pan American Energy (PAE) es una compañía global líder de energía en Argentina y la región. Es el principal productor, empleador e inversor privado de la industria con presencia en Argentina, Bolivia, México y Brasil. En la región, desarrolla yacimientos de petróleo y gas convencionales, no convencionales, onshore y offshore; posee oleoductos, gasoductos, terminales de petróleo y productos derivados de hidrocarburos; produce energía eléctrica y participa en el sector de energías renovables.

En el segmento del downstream, opera la refinería más moderna de Sudamérica, ubicada en Campana, en provincia de Buenos Aires. Allí, ha culminado el proyecto de ampliación y modernización más importante del sector en los últimos 30 años. En el retail, comercializa combustibles, a través de la marca AXION energy, y lubricantes, a través de la marca Castrol, en

LA ENERGÍA NOS PONE EN MOVIMIENTO

sus más de 600 estaciones de servicio. Fue la primera compañía en ofrecer la carga para autos eléctricos en el país, lanzar el combustible premium Quantum y el nuevo diésel X 10. También, abastece a las industrias de la aviación, la marítima, el agro y el transporte y elabora productos para uso petroquímico.

La compañía promueve programas que mejoran la calidad de vida de las comunidades cercanas a sus operaciones y la creación de vínculos sólidos y de largo plazo. Durante 2021, alcanzó a más de 400.000 personas con sus 140 programas de sustentabilidad.

CAMPAÑA DE SEGUIDORES

Durante el segundo cuatrimestre del 2021, PAE realizó una campaña de seguidores en redes sociales que apuntó a posicionar la empresa y a robustecer las comunidades en cada red social en las que la compañía tiene presencia. Esta campaña consistió, principalmente, en elaborar siete videos institucionales de corta duración en los que se compartieron sus mensajes principales, así como la misión, visión y valores de PAE.

OBJETIVO

Esta campaña se propone presentar a PAE de una manera más atractiva, a través de piezas audiovisuales cortas, de alto impacto visual y con mensajes estratégicos concretos.

Dentro de los objetivos específicos, se propone:

- Posicionar a PAE como una empresa integrada de energía, líder en el sector, con un lenguaje sencillo y efectivo, comprensible para todo público.
- Dimensionar la importancia de la producción energética para el país, y mostrar el compromiso de PAE con sus colaboradores y la sociedad.
- Acercar la compañía a un público más amplio, a través de nuevos recursos, con el objetivo de transmitir mensajes institucionales clave de forma clara, cercana y atractiva y mostrar el compromiso de PAE con sus colaboradores y la sociedad.
- Posicionar a PAE como marca empleadora.
- Comunicar los valores de PAE.

LA ENERGÍA NOS PONE EN MOVIMIENTO

AUDIENCIAS

- Público general
- Accionistas
- Industria de la energía y otras compañías del sector
- Medios de comunicación y líderes de opinión
- Inversores
- Clientes
- Proveedores
- Autoridades nacionales, provinciales y municipales
- Cámaras y asociaciones profesionales
- Empleados y contratistas
- Profesionales de la industria de petróleo y gas
- Líderes de Recursos Humanos de empresas de primer nivel
- Universidades
- Tercer sector

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

La campaña expuso estos materiales en cinco tandas de entre 25 y 45 días cada una, en las plataformas de Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn y Facebook Pymes. Cuatro de ellas se ejecutaron durante 2021, mientras que la última tuvo lugar en enero y febrero de 2022, sumando la plataforma de YouTube a la estrategia.

Los videos institucionales que se difundieron en las redes sociales para la estrategia de comunicación incluían imágenes de alta calidad acerca de la industria, mensajes sobreimpresos y un gran impacto audiovisual.

Mensajes

Los mensajes y conceptos principales trabajados para estos contenidos fueron:

- Somos una compañía global de energía líder en Argentina y la región.
- Desde hace más de 20 años invertimos, innovamos y crecemos en el país.
- Estamos cerca de las comunidades, hoy más que siempre.

LA ENERGÍA NOS PONE EN MOVIMIENTO

- Producimos la energía que impulsa a la industria.
- Somos protagonistas del desarrollo energético de la región.
- Producimos energía de forma responsable, segura y cuidando el ambiente.
- Promovemos el desarrollo de pymes y emprendedores, hoy más que siempre.
- La innovación es parte de nuestro ADN, somos energía.
- Estamos comprometidos con el desarrollo, somos energía en movimiento.

En cuanto a la segmentación de la campaña, esta fue definida apuntando al público target objetivo mediante estas consideraciones:

- Demográfico: hombres y mujeres de 25 a 50 años.
- Geográfico: las provincias de Chubut, Santa Cruz, Neuquén, Buenos Aires, Salta, Tierra del Fuego, Río Negro y el corredor norte de la provincia de Buenos Aires.
- Segmentación por intereses: petróleo, energía, economía e ingeniería de sistemas.
- Exclusión: personas que ya siguen la página.

RESULTADOS DE LA CAMPAÑA

Los resultados obtenidos en cada tanda, en todas las redes sociales, fueron los siguientes:

1° Tanda:

- Seguidores ganados: 2.017
- Presupuesto invertido: \$ 107.221,84

2° Tanda:

- Seguidores ganados: 1.605
- Presupuesto invertido: \$ 101.319,58

3° Tanda:

- Seguidores ganados: 1.973
- Presupuesto invertido: \$ 170.718,58

4° Tanda:

- Seguidores ganados: 2.943
- Presupuesto invertido: \$ 533.141,22

LA ENERGÍA NOS PONE EN MOVIMIENTO

5° Tanda:

- Seguidores ganados: 3.911
- Presupuesto invertido: \$ 423.418,40

La evolución histórica de la campaña en cada red social fue:

Seguidores	Ene-21	Jun-21	Jul-21	Sep-21	Dic-21	Feb-22	Crecimiento Total
Twitter	16.023	16.099	16.374	16.823	17.631	18.466	15%
Instagram	18.305	19.378	19.665	20.216	20.931	21.474	17%
Facebook	121.839	122.884	123.594	124.495	125.251	126.726	4%
Facebook Pymes	7.946	8.744	9.216	-	9.724	9.946	25%
LinkedIn	177.167	187.795	187.795	193.781	199.692	202.558	14%
YouTube	1.624	-	-	-	2.409	2.550	57%