



Pan American  
**ENERGY**

# Evento 20 años PAE

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

Eventos

**Título del programa:**

Eventos 20 años 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 Diego Ancarola, Gerente de Comunicaciones Externas

Ana Karina Zenklusen, Analista Principal de Comunicaciones Externas

María Victoria Acosta, Analista Principal de Comunicaciones Externas

Natalia Aloí Salgado, Analista de Relaciones Institucionales



### **Un tweet que identifique y defina el propósito del programa:**

Durante 2017, #PAE celebró sus 20 años de historia a través de eventos en los que se reflejaron sus principales hitos institucionales y los valores corporativos: la inversión sostenida, la sustentabilidad, la innovación y la visión de futuro.

### **INTRODUCCIÓN**

Fundada en 1997, Pan American Energy es la compañía privada integrada de energía más importante de la región. En 2018, Bridas Corp. y BP consolidaron sus participaciones en PAE y Axion Energy para formar Pan American Energy Group, el principal productor, empleador e inversor privado de la industria con presencia en Argentina, Bolivia, México, Uruguay y Paraguay.

En el sector de exploración y producción de hidrocarburos, desarrolla reservorios convencionales, no convencionales, onshore y offshore en la región. También participa en las energías renovables.

En downstream, comercializa combustibles y lubricantes a través de la red de estaciones de servicio Axion con 789 bocas de expendio. Opera la refinería de Campana, cuyo proyecto de ampliación y modernización es el más importante en el sector de refino en Argentina en los últimos 30 años.

Como miembro activo de las comunidades cercanas a sus operaciones, la compañía promueve la creación de valor social sostenible. Sus programas de RSE, implementados en cuatro áreas de trabajo (Educación y Cultura, Medio Ambiente, Desarrollo Local, y Salud y Deporte), alcanzaron a más de 300.000 personas a lo largo del último año en la Argentina.



## **EVENTO 20 AÑOS PAE**

En el marco de la celebración de sus 20 años y como parte de una amplia campaña institucional, durante 2017 PAE organizó cuatro eventos conmemorativos en la ciudad de Buenos Aires y en las provincias de Salta, Neuquén y Chubut. Los eventos tuvieron un impacto positivo y sirvieron para dar a conocer más acerca de la cultura empresarial de la compañía.

Un Comité Planificador trabajó durante nueve meses con 15 proveedores de primera línea para organizar veladas especiales en diferentes ciudades del país. Equipos de hasta 70 personas prepararon todo para recibir a 2.450 invitados en total. La ambientación, la atención, los discursos, las propuestas de entretenimiento y el catering gourmet sorprendieron y superaron las expectativas.

## **OBJETIVOS**

Las metas trazadas para la serie de eventos conmemorativos del 20° aniversario de PAE fueron:

1. Celebrar 20 años de historia con propuestas diferenciadas y de calidad en cada locación.
2. Fortalecer el posicionamiento de PAE en un momento clave para la compañía.
3. Homenajear a quienes hicieron posible el presente y el futuro de la compañía.





Además, se tuvo en cuenta que estos objetivos estuvieran alineados con los propósitos de la campaña institucional:

- Comunicar de forma estratégica el liderazgo de la empresa en su sector.
- Potenciar su imagen como compañía responsable, con visión de futuro y abocada al progreso energético sustentable de la Argentina.
- Demostrar el valor de su capacidad productiva, sus innovaciones e inversiones y su contribución socioeconómica.
- Destacar entre los accionistas y los empleados el rol fundamental que desempeñan en la trayectoria de PAE, agradeciendo su compromiso y fortaleciendo el orgullo de pertenencia.
- Potenciar su vínculo con otros stakeholders para ampliar su conocimiento sobre PAE.

### **PÚBLICO Y ESTRATEGIA**

Los eventos fueron parte de una estrategia 360º aprobada por los accionistas de la compañía, que abarcó a todas las audiencias clave, el desarrollo de herramientas diversificadas de comunicación y acciones eficaces que garantizaron la difusión y permeabilidad de los mensajes estratégicos para el logro de los objetivos.



Pan American  
**ENERGY**

Cada celebración demandó un gran despliegue de recursos y una importante inversión. Además de contar con el apoyo de proveedores reconocidos, el Comité de Planificación tuvo el soporte de las áreas de Operaciones, Seguridad, Ambiente y Excelencia Operativa e IT, y trabajó codo a codo con las máximas autoridades de la empresa, quienes, conscientes del impacto de los eventos y de todo lo que éstos reflejarían, participaron en la toma de decisiones y en la supervisión.

En tanto, dentro de los públicos convocados a los eventos se destacan:

- Funcionarios públicos
- Sindicatos
- Embajadas
- Consultores externos
- Prensa / Prensa especializada en RSE
- Máximas autoridades de la industria
- Representantes de los accionistas
- Operaciones, finanzas, comercial, contratistas, proveedores y empresas del sector
- Cámaras y asociaciones
- Organizaciones del tercer sector
- Pymes
- SSA
- RRHH



- Empleados y autoridades de PAE

“Hacer las cosas bien es la mejor manera de hacerlas” fue el *claim* y el eje conceptual que unificó las herramientas y acciones de la Campaña, y los eventos no fueron la excepción. El mensaje estuvo presente en todas las piezas de *marketing content* de alta gama que acompañaron desde la comunicación los eventos: los programas de las veladas, el libro “Cerro Dragón. Energía para el desarrollo argentino” y el video publicitario “Hacer las cosas bien”, proyectado durante los festejos.

Este lema define una forma de trabajar que trasciende la actividad hidrocarburífera, refleja cómo la compañía se relaciona con sus públicos internos y externos, y con el entorno. “Hacer las cosas bien” abarca todos los aspectos de la gestión de PAE.

## **EJECUCIÓN DEL PLAN**

Los eventos se llevaron a cabo entre octubre y noviembre. La organización, que se realizó en simultáneo con las demás iniciativas de la campaña institucional, comenzó en enero de ese mismo año.

Para definir los aspectos organizativos, artísticos y operativos de las actividades, un Comité de Planificación formado por las vicepresidencias de Relaciones Institucionales y de Recursos Humanos tuvo en cuenta las características y las posibilidades de cada locación, así como el perfil y las necesidades de los invitados.





En todos los casos, la ambientación debía ser elegante y sobria. Los artistas convocados debían ser de primer nivel y, al mismo tiempo, acordes a los escenarios y a los gustos de los invitados. Cada detalle debía reflejar el espíritu de PAE y colaborar para lograr el posicionamiento deseado.

Además, para crear el concepto creativo y la comunicación de la campaña institucional y de todas sus acciones, PAE consideró dos investigaciones realizadas en 2017:

- Cada año, la empresa analiza la performance de sus campañas publicitarias. En 2017, llevó a cabo un sondeo para conocer la recordación y la pertinencia de la campaña “Momento Cero”, de 2016. Para ello, la consultora 3CE efectuó 806 entrevistas telefónicas en Golfo San Jorge (que abarca las provincias de Chubut y Santa Cruz). Los resultados del estudio fueron el punto de partida para idear el plan de medios de la Campaña 20 Aniversario.
- Grey, la agencia seleccionada para desarrollar las piezas publicitarias de la Campaña Institucional, realizó 20 entrevistas en profundidad a referentes de Golfo San Jorge, más un análisis de la comunicación de PAE y de la competencia. Ambos ejercicios brindaron un panorama actualizado del posicionamiento de la empresa.

El cronograma de actividades fue el siguiente:

**Salta** inauguró los festejos el 25 de octubre. En el Hotel Pórtico Norte, en la ciudad de Tartagal, 250 colaboradores del área productiva Acambuco y directivos disfrutaron de un tradicional asado y del *show* del grupo folclórico Los del Portezuelo.



En **Comodoro Rivadavia** (la ciudad más poblada de Chubut), PAE transformó el Predio Ferial en un verdadero teatro gracias a la tecnología *video mapping*. El 13 de noviembre más de 900 invitados aplaudieron a Soledad Pastorutti, referente del folclore para las nuevas generaciones. La artista cantó el Himno Nacional argentino junto a 20 músicos de la Camerata Bariloche, la orquesta de cámara más importante del país. Luego, los máximos directivos de PAE brindaron breves y sólidos discursos. A continuación, la Camerata interpretó su repertorio y los invitados disfrutaron un cóctel.

En la **Ciudad de Buenos Aires**, el 21 de noviembre tuvo lugar una gala en el Teatro Colón, reconocido en el mundo por su acústica, belleza, tamaño y trayectoria. Allí se dieron cita más de 1.100 invitados. La conducción del evento, al igual que en Comodoro Rivadavia y en Neuquén, estuvo a cargo del distinguido presentador Iván de Pineda. El Himno Nacional fue interpretado por 60 músicos de la Orquesta Sinfónica de la Policía Federal Argentina y por Soledad Pastorutti. Luego, Alejandro P. Bulgheroni, Cofundador y *Chairman* Honorario de PAE y Presidente de Bidas Energy Holdings, y Marcos Bulgheroni, Director Ejecutivo de PAE, pronunciaron breves discursos alusivos al aniversario.

La compañía de danza norteamericana Pilobolus amenizó la noche con su famoso espectáculo "*Shadowland*" y con un cuadro creado para la ocasión sobre la trayectoria de PAE. Como colofón, se ofreció un cóctel *gourmet* que incluyó aperitivos vegetarianos y sin TACC.

El evento también fue el marco de presentación del video publicitario "Hacer las cosas bien", realizado por la agencia Grey y por el cineasta Marcelo Burgos. Al final de la noche, se obsequió a los invitados el





libro “Cerro Dragón, energía para el desarrollo argentino” y una botella de espumante edición limitada de la Bodega Vistalba (producto de exportación), con un *packaging* diseñado para la ocasión.

**Neuquén** cerró las celebraciones el 27 de noviembre. El evento se realizó en el Espacio Celebrar con la asistencia de más de 200 personas. Soledad Pastorutti interpretó el himno con la Camerata Bariloche. Luego, líderes de la empresa dirigieron unas palabras al público. El *show* estuvo a cargo de la orquesta de cámara, y el evento concluyó con un cóctel.

## **EVALUACIÓN Y RESULTADOS**

Haber cumplido 20 años como la petrolera privada número uno del país mereció una celebración única. Y los cierres de la Campaña Institucional cumplieron, gracias a un gran trabajo de equipo, con los objetivos propuestos.

El público del evento en Salta, en su mayoría interno, disfrutó de un espectáculo tradicional, que reconoció como propio, en un ambiente de cercanía y familiaridad.

En Comodoro Rivadavia, los invitados quedaron impactados por la transformación del Predio Ferial (el cual conocían bien) en un bellissimo teatro. El espacio dentro del Predio que funcionó como antesala y en el que se sirvió un cóctel estaba ambientado en diferentes profundidades, logradas con innovadores diseños de papel.

En la ciudad de Buenos Aires, PAE eligió el escenario más emblemático del país para celebrar su trayectoria. La ambientación y la organización del evento acompañaron el entorno del teatro, sinónimo de excelencia cultural y artística. Muchos de los invitados eran asiduos visitantes del Colón.



Pan American  
**ENERGY**

Teniendo en cuenta todo esto, PAE sorprendió con un espectáculo innovador, muy visual y original; fue la primera vez que *“Shadowland”* se presentaba en el país y la puesta en escena debió cumplir con requisitos técnicos muy complejos.

Soledad y la orquesta completa de la Policía Federal, la principal fuerza de seguridad interior de la República, aprovecharon al máximo la acústica del teatro. El conjunto de 64 músicos, orgullosos y engalanados con sus uniformes, deslumbró visualmente.

Finalmente, en Neuquén, los invitados despidieron un hermoso atardecer disfrutando del selecto repertorio que brindó la Camerata Bariloche, con clásicos desde Vivaldi hasta Piazzolla. El río Limay como escenario natural completó un cuadro, para muchos, inolvidable.

Eventos conmemorativos en números:

- 4 eventos en Salta, Chubut, Neuquén y en la ciudad de Buenos Aires.
- 9 meses de planificación y armado de los eventos.
- 17 colaboradores de la compañía participaron en el Comité de Planificación.
- 15 empresas proveedoras de primer nivel.
- 60 personas promedio trabajaron antes de cada evento y durante los mismos para agasajar a los invitados.
- Más de 2.450 invitados en total.
- 98 artistas en total en los escenarios, tanto argentinos como del exterior.