



# Campaña Institucional de Promoción Audiovisual

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

1: Campaña general de comunicación institucional

## Título del programa

Campaña Institucional de Promoción Audiovisual

## 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 Comunicaciones Externas
- Ana Karina Zenklusen, Líder de Comunicación Institucional
- Anabella Castillo, Analista de Comunicación Institucional
- Lucía Peña, Analista de Comunicación Institucional

## Síntesis

*“Como compañía integrada y ante la necesidad de comunicar con formatos novedosos, dinámicos y atractivos, en 2019 PAE lanzó una Campaña Institucional de Promoción Audiovisual que incluyó 26 videos originales, obteniendo excelentes resultados”.*



## **SOBRE PAN AMERICAN ENERGY**

Pan American Energy (PAE) es una compañía privada global de energía líder en la región. Es el principal productor, empleador e inversor privado de la industria con presencia en Argentina, Bolivia, México, Uruguay y Paraguay. 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 tercera refinería más importante del país, 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 sus más de 735 estaciones de servicio. Fue la primera compañía en ofrecer la carga para autos eléctricos en el país. 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 2019, alcanzó a más de 400.000 personas con nuestros 94 programas de sustentabilidad.

## **CAMPAÑAS INSTITUCIONALES PAE DE PROMOCIÓN AUDIOVISUAL**

Como parte de su posicionamiento como una compañía integrada y ante la necesidad de comunicar con nuevos formatos más dinámicos, breves y atractivos, en 2019 PAE lanzó una *Campaña Institucional de Promoción Audiovisual*. Esta incluyó en total 26 videos originales, difundidos en su sitio web y en redes sociales de manera individual o como parte de series temáticas.

La pieza central de la campaña es el video institucional [El camino del pozo al surtidor](#). Con una propuesta superadora de calidad técnica y estética, recorre todo el proceso de producción, refinación y comercialización de la energía, desde la exploración hasta el consumo final que realiza el usuario. Dirigido a una audiencia masiva, comunica de forma sencilla y amigable las



distintas unidades de negocio de la compañía y cómo la energía está presente en la vida cotidiana. Se proyectó por primera vez durante la XII Argentina Oil & Gas Expo –el principal evento de la industria, que reunió a más de 25.000 personas–, y se difundió masivamente durante el Día del Petróleo y el Gas, celebrado el 13 de diciembre.

Por su parte, la serie [Nuestras operaciones](#) busca posicionar a PAE como una compañía experta y líder en la exploración y la producción de hidrocarburos, el refinamiento y la comercialización de combustibles y lubricantes. Para ello, muestra el resultado anual de sus operaciones en las cuatro cuencas de la compañía. Los videos que integran la serie combinan imágenes de las plantas e instalaciones de la empresa con datos duros y mensajes clave sobre crecimiento y productividad, empleo directo e indirecto y compromiso con la sustentabilidad y el ambiente.

La serie [Historias PAE - Colaboradores](#) pone en el centro a los profesionales de PAE, y la posiciona como una de las marcas empleadoras más importantes de la Argentina. Recoge los testimonios de 13 empleados de diferentes perfiles, que narran los desafíos y las oportunidades de desarrollo profesional y personal en PAE. En la misma línea, la serie [Historias PAE - Beneficiarios](#) muestra el impacto positivo de la empresa en la comunidad. Para ello, reúne 5 testimonios de beneficiarios de los principales programas de Sustentabilidad de PAE.

Finalmente, los videos realizados en motion graphic sobre el [Parque Eólico Garayalde](#) posicionan a PAE en el sector eólico, en el marco de la apuesta que está realizando la Argentina por las energías renovables. La campaña se compone de 4 piezas audiovisuales realizadas en diseño 2D animado narradas por la voz de un locutor. Con un tono didáctico, los videos de menos de dos minutos de duración muestran cómo funcionan los aerogeneradores del Parque Eólico Garayalde, inaugurado en 2018 en la provincia de Chubut. Además, explican qué es la energía eólica, cuáles son las energías renovables y ofrecen datos curiosos sobre la temática.

El resultado es una campaña integral que recorre todos los aspectos de la compañía: su trabajo y resultados, quiénes son los protagonistas detrás de los logros y cómo impacta positivamente en las comunidades en las que opera. Los videos se difundieron en distintos momentos del año, entre marzo y diciembre, y obtuvieron excelentes resultados.



## OBJETIVOS

- Posicionar a PAE como una empresa integrada de energía, líder en el sector, con un lenguaje sencillo y efectivo, comprensible para todo público.
- Acercar la compañía a un público más amplio, a través de nuevos formatos audiovisuales capaces de transmitir mensajes institucionales clave de forma clara, cercana y atractiva; dimensionar la importancia de la producción energética para el país, y mostrar el compromiso de PAE con sus colaboradores y la sociedad.
- Comunicar el resultado de las operaciones de PAE en las distintas cuencas.
- Posicionar a PAE como marca empleadora y mostrar quiénes son los profesionales detrás de sus logros, cómo trabajan en las distintas unidades de negocio, y las oportunidades de desarrollo de carrera que les brinda la empresa.
- Mostrar el impacto de PAE en las comunidades en las que opera a partir de su estrategia de Sustentabilidad: Educación y Cultura, Salud y Deporte, Desarrollo Local y Ambiente.
- Posicionar a PAE en el sector eólico, en el marco de la apuesta de la Argentina por el desarrollo de energías renovables.

## AUDIENCIAS

- Autoridades nacionales, provinciales y municipales
- Industria de la energía y otras compañías del sector
- Medios de comunicación y líderes de opinión
- Inversores
- Clientes
- Proveedores
- Cámaras y asociaciones profesionales
- Empleados y contratistas
- Sindicatos
- Tercer sector
- Público general



## ESTRATEGIA

Para cumplir con los objetivos propuestos, el equipo de Comunicación Institucional de PAE desarrolló una Campaña Institucional de Promoción Audiovisual, pensada para consolidar a lo largo del año su posicionamiento como empresa integrada y entre sus diferentes audiencias. Las piezas de la campaña debían comunicar de manera simple, efectiva y dinámica qué hace la empresa, qué implica que sea integrada, cómo opera, con qué resultados, quiénes la integran y qué impacto tiene en la comunidad.

La campaña involucró a 90 personas provenientes de la Vicepresidencia de Relaciones Institucionales y de las áreas de Comunicación Institucional, Marketing, Seguridad y Ambiente, Operaciones, Retail de estaciones de servicio, Seguridad Patrimonial, Refinería, Gerencia Gas & Power, Facilities, Seguridad Operativa y Planning. Asimismo, por parte de la productora Face to Face, a cargo de la realización de los videos, participó un equipo de 47 personas. En total, la campaña demandó una inversión de USD 147.000.

Como resultado, se crearon las siguientes piezas audiovisuales:

- El video institucional El camino del pozo al surtidor.
- La serie Nuestras operaciones, que incluye los videos “PAE en Golfo San Jorge”, “PAE en la Cuenca Neuquina”, “PAE en la Cuenca Noroeste” y “PAE en el Golfo de México”.
- La serie Historias PAE - Colaboradores.
- La serie Historias PAE - Beneficiarios.
- Los videos en motion graphic del Parque Eólico Garayalde.

## EJECUCIÓN DEL PLAN

### Video Institucional El camino del pozo al surtidor

Esta pieza busca posicionar a PAE como una empresa integrada, utilizando un lenguaje sencillo y comprensible para un público amplio. Muestra el trabajo de PAE en toda su cadena productiva y recorre todas las plantas y oficinas de la compañía en las provincias de Neuquén, Chubut, Salta, Buenos Aires y la ciudad de Buenos Aires.



El video, de poco más de ocho minutos de duración, se plantea como un minidocumental institucional de alta calidad técnica y estética. De la mano de un actor que encarna a un colaborador de PAE, se recorre todo el proceso de la energía, desde su exploración y extracción hasta que el combustible llega a una estación de servicio o se enciende una hornalla de gas en el hogar. Para darle mayor dinamismo y enfatizar la sensación de recorrido, la compañía utilizó por primera vez el recurso del falso plano secuencia. Así, el protagonista explica las etapas del proceso mientras transita las diferentes plantas e instalaciones de PAE, no solo en el papel de colaborador, sino también como consumidor final de energía.

El proceso de creación incluyó 12 versiones del guion, cuyo texto final se plasmó en un storyboard. Para caracterizar al protagonista, se eligió a un actor desconocido por el público general, con experiencia en documentales. Además, para garantizar la naturalidad de las transiciones de una escena a la otra y la continuidad, el equipo de producción sumó a un experto en efectos especiales.

El camino del pozo al surtidor demandó ocho meses de trabajo y fue filmado en 17 locaciones en las provincias de Salta, Neuquén, Chubut, Buenos Aires y la ciudad de Buenos Aires. El rodaje fue especialmente desafiante en las locaciones de la Patagonia argentina, dado que fue filmado durante los meses de agosto y septiembre, la época de mayor frío en esa zona y donde los vientos pueden alcanzar los cien kilómetros por hora.

### **Serie Nuestras Operaciones**

Comunica el resultado de las operaciones de PAE y es vital para el posicionamiento de la compañía en la industria. Compuesta por cuatro videos de entre uno y dos minutos, la serie desarrolla el resultado del trabajo de PAE en el Golfo San Jorge, la Cuenca Neuquina, la Cuenca Noroeste y el Golfo de México.

Cada video comienza con una placa gráfica que ubica geográficamente la cuenca y da cuenta de su superficie. Los resultados de las operaciones son comunicados por una voz en off que repasa una serie de datos duros, como cantidad de pozos, empleo directo e indirecto generado, producción diaria de barriles de petróleo y metros cúbicos de gas, indicadores de eficiencia y



share de la compañía. Los datos más relevantes y los mensajes principales son reforzados a través de una serie de gráficas sobreimpresas en la pantalla.

Asimismo, todos los videos están atravesados por mensajes claves vinculados con la expansión y el crecimiento de la compañía, su aporte al desarrollo energético del país, la sustentabilidad y el cuidado del ambiente.

Los videos fueron originalmente producidos para la nueva web de PAE, pero la locución y las gráficas se actualizan cada año con nuevos resultados. Dado que las piezas fueron elaboradas a partir de material de archivo que la compañía ya tenía, la productora Face to Face realizó una cuidadosa selección de las imágenes y diseñó las placas sobreimpresas que dan cohesión y coherencia a la serie. Para que todos los videos tuvieran el mismo look and feel, durante la etapa de postproducción debieron trabajar especialmente la colorimetría, para unificar la sombra, el color y la saturación de las imágenes.

### **Serie Historias PAE - Colaboradores**

La serie muestra en primera persona a los protagonistas de PAE, es decir, a las personas que trabajan en la compañía. Las piezas persiguen un doble objetivo: humanizar a la empresa, por un lado, y posicionarla como marca empleadora, por el otro. Es, además, la primera vez que los empleados protagonizan una campaña audiovisual desde que PAE se consolidó como una compañía integrada.

Compuesta por 13 videos de aproximadamente un minuto de duración cada uno, la serie aporta testimonios de diferentes empleados, quienes comparten cómo es trabajar en PAE y las posibilidades de desarrollo que la empresa ofrece. Bajo el claim "Hacer las cosas bien", cada video introduce a un empleado con una placa sobreimpresa que indica su nombre y el área donde se desempeña. Luego, el colaborador relata los desafíos que implica el trabajo diario mientras recorre su ámbito laboral.

Los colaboradores que protagonizan la serie fueron preseleccionados por el área de Recursos Humanos, que tuvo en cuenta una diversidad de criterios para que el resultado fuera representativo de los empleados de la compañía. El objetivo en este caso fue mostrar diversidad de perfiles, edades, género y profesiones. La selección también significó un reconocimiento a



empleados destacados. Entre los 13 colaboradores que participan hay ingenieros químicos y en perforación, playeros de las estaciones de servicio AXION energy, responsables de desarrollo de negocios, integrantes del programa Jóvenes Profesionales y líderes de optimización y performance de la compañía.

Los videos de la serie, realizados por la productora Face to Face, se filmaron en 11 locaciones en las provincias de Buenos Aires, Neuquén y Chubut, y demandaron 8 jornadas de grabación.

Los testimonios de los colaboradores fueron tomados de entrevistas de aproximadamente 15 minutos, que indagan diferentes aspectos de la vida familiar y de la carrera profesional de los protagonistas. Las entrevistas fueron abordadas de manera cercana, para no perder la espontaneidad de los testimonios. Todas las respuestas son genuinas, no fueron guionadas y solamente se pidió a los colaboradores retomar las preguntas para contar luego con frases completas. Tras las entrevistas, y para aportarle dinamismo al video, los colaboradores grabaron una serie de inserts en los que recorren su lugar de trabajo. Todos los encuadres y las escenas fueron previamente planificados por la productora.

El rodaje no estuvo exento de desafíos. Además de adaptarse a los tiempos y los horarios de los yacimientos, por ejemplo, el equipo de producción debió trabajar en medio del ruido de las máquinas de las plantas y fuertes vientos, que muchas veces causaron la repetición de las tomas.

### **Serie Historias PAE - Beneficiarios**

Esta serie incluye cinco testimonios de beneficiarios de los programas y acciones que realiza PAE en las comunidades donde está presente. Los videos, de aproximadamente un minuto de duración cada uno, muestran el impacto de la compañía a través de los ejes de su estrategia de Sustentabilidad: Educación y Cultura, Salud y Deporte, Desarrollo Local y Ambiente.

Las historias recogen la vivencia de una médica pediatra, un enfermero, el gerente de un centro PyME, una especialista en enfermería neonatal y una estudiante becada de Geología, todos ellos beneficiarios de los programas de la compañía.





### Motion Graphics - Parque Eólico Garayalde

Con el objetivo de posicionarse en el sector eólico, PAE aprovechó la inauguración del parque en 2018 para producir una serie de videos en motion graphics que explican cómo funciona la energía eólica. La campaña consta de 4 videos de menos de dos minutos de duración publicados en el canal de YouTube de PAE y su Web. El de Parque Garayalde también se publicó en las redes de la compañía.

Se optó por utilizar el recurso de la animación con ilustraciones y animaciones 3D desarrolladas a escala exclusivamente para PAE, respetando las dimensiones de los aerogeneradores del parque.

A la hora de elaborar el guion, el gran desafío fue simplificar los términos específicos del sector. Para ello, el equipo de producción se entrevistó con expertos de PAE, quienes monitorearon toda la realización del video.

El resultado: 4 piezas audiovisuales breves que, con un tono didáctico y amigable, cuentan sobre el Parque Garayalde, detallan qué es la energía eólica, cómo se produce, e incluye datos curiosos que acercan a los usuarios al contenido.

### HERRAMIENTAS Y CANALES DE COMUNICACIÓN

El minidocumental *El camino del pozo al surtidor* fue presentado en dos instancias clave para el sector. La primera, en el stand de PAE durante la XII Argentina Oil & Gas Expo, realizada en la ciudad de Buenos Aires. Se trata de la exposición más relevante del sector en el país, que reúne unos 450 expositores y a la que asisten más de 25.000 personas. La segunda, durante el Día del Petróleo y el Gas, que se celebra en la Argentina cada 13 de diciembre.

Como parte de la campaña de difusión masiva, se realizaron diversas adaptaciones. Por un lado, en redes sociales se lanzó un tráiler de un minuto que anticipa las imágenes más destacadas del video y que con una voz en off invita a ver la versión completa. Por el otro, se elaboró una landing page con el video completo y cinco cápsulas que recorren las diferentes etapas del proceso: [“El camino del petróleo”](#), [“El camino del gas”](#), [“Nuestra refinería”](#), [“Combustibles y lubricantes”](#) y [“Energía eólica”](#).



El video completo de El camino del pozo al surtidor fue publicado en YouTube, junto con las cinco cápsulas que fueron difundidas también en los perfiles de Twitter, Instagram, Facebook, YouTube y LinkedIn de PAE. El tráiler fue difundido en el Twitter, Facebook, LinkedIn e Instagram de la compañía, donde también se publicó una story.

Asimismo, se llevó a cabo una campaña publicitaria ad hoc en los medios gráficos de las localidades en las que opera la compañía. Para ello, se diseñaron tres piezas gráficas con imágenes de locaciones en Chubut, Neuquén y Salta, que celebraban el Día del Petróleo y el Gas e invitaban a ver el video completo en las redes de la empresa. Las piezas se publicaron en los diarios El Tribuno, de Salta; Río Negro y La Mañana, de Neuquén, y Crónica, El Diario de Madryn, El Chubut, Jornada, El Patagónico, La Opinión Austral, La Prensa y Tiempo Sur, de Chubut.

Por su parte, la serie Nuestras operaciones fue difundida en diversos eventos de la compañía y en la web institucional. En las redes de PAE, se publicaron los cuatro videos en Facebook y LinkedIn, mientras que en Instagram se utilizó un formato especial con mosaicos de tres partes que combinaban imágenes y video.

La serie *Historias PAE - Colaboradores* fue difundida en las plataformas internas de la compañía, y en sus perfiles de Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn, mientras que *Historias PAE - Beneficiarios* fue difundida en Instagram, Facebook, Twitter y LinkedIn de PAE.

Finalmente, los videos del *Parque Eólico Garayalde* y energía eólica se publicaron en el canal de YouTube de PAE, su sitio web y a comienzos del 2020 se difundió en las redes de la compañía.

## RESULTADOS DE LA CAMPAÑA

- Entre el 13 y el 31 de diciembre de 2019, las diferentes adaptaciones de *El camino del pozo al surtidor* (el corto, el tráiler y cinco cápsulas) alcanzaron 2.309.722 impresiones.
  - Los videos fueron reproducidos 682.135 veces y las diferentes publicaciones cosecharon 26.346 interacciones, entre reacciones, compartidos, comentarios y clics en las redes de la compañía.
  - La cápsula “El camino del petróleo” fue uno de los videos que mayor cantidad de impresiones tuvo en Facebook y en Twitter en todo 2019. Sumando todas las redes en las



que fue publicado, obtuvo 748.077 impresiones, 251.693 reproducciones y 11.045 interacciones.

- En Instagram, la cápsula “Nuestra refinería” fue el segundo video con mayor cantidad de reproducciones en el año. Sumando todas las redes donde fue publicado, obtuvo 654.671 impresiones, 181.173 reproducciones y 6.584 interacciones.
- En YouTube, el video completo El camino del pozo al surtidor obtuvo 27.100 visualizaciones y 54 me gusta.
- Entre el 27 de marzo y el 5 de abril de 2019, los videos de la serie *Nuestras Operaciones* alcanzaron un total de 646.369 impresiones, 162.016 reproducciones de video y 7.276 interacciones.
  - El posteo que alcanzó más interacciones fue el del Golfo de México, que obtuvo casi 10.000 reproducciones más que el resto de los videos.
  - En Facebook, los videos fueron reproducidos 92.936 veces; en Instagram, 35.770 y, en LinkedIn, 33.310.
- Entre el 17 de octubre y el 31 de diciembre de 2019, los videos de la serie *Historias PAE - Colaboradores* alcanzaron un total de 2.977.987 impresiones, 635.246 reproducciones de video y 26.109 interacciones.
- Entre el 22 de octubre y el 31 de diciembre de 2019, los videos de la serie *Historias PAE - Beneficiarios* alcanzaron 1.163.289 impresiones, 234.598 reproducciones de video y 10.103 interacciones totales.
- En total, se obtuvieron 733 reproducciones totales de la serie de Motion Graphics de Energía Eólica en pocos meses:
  - “Parque Eólico Garayalde”: 216 vistas
  - “Datos curiosos”: 196 vistas
  - “Cómo funcionan los aerogeneradores”: 155 vistas
  - “Cuáles son energías renovables”: 166 vistas