



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.
 - o 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.
 - o 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.
 - o 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.
 - o 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.
 - o 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.
 - o 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.



- Los 4 videos Energía Eólica fueron publicados inicialmente en YouTube en noviembre de 2019 con los siguientes resultados:
 - o Datos curiosos sobre la energía eólica: 1.480 reproducciones
 - o Cómo funcionan los aerogeneradores: 909 reproducciones
 - o Cuáles son energías renovables: 802 reproducciones
 - o Parque Eólico Garayalde: 17 reproducciones
 - o Reproducciones totales: 3.208
- Tres meses después se comenzaron a difundir en el resto de las redes, acompañados de stories en Instagram. Resultados totales de la campaña en redes sociales:
 - o 3.017.355 impresiones de los posteos
 - o 2.114.408 usuarios alcanzados
 - o 33.724 interacciones
 - o 589.819 reproducciones de video (incluye las reproducciones de YouTube)
- En la Campaña de Creciendo Juntos, las piezas específicas publicadas en las redes sociales corporativas de PAE, tuvieron los siguientes resultados totales:
 - o 470.005 impresiones de los posteos.
 - o 392.233 usuarios alcanzados.
 - o 3.306 interacciones.
 - o 101.664 reproducciones de video.
- Se distribuyeron en ferias de empleos 2.500 folletos de la Propuesta de Valor de Recursos Humanos.
- La campaña destacada de Recursos Humanos en 2019 fue la del Programa Jóvenes Profesionales, que obtuvo los siguientes resultados:
 - o Un total de 26 publicaciones en redes sociales.
 - o 4.398.594 impresiones totales, 6.407 reacciones y 40.414 clics totales.
 - o 8.365 clics en enlaces de inscripciones.
 - o 645.111 usuarios alcanzados en Facebook y 674.812 usuarios alcanzados en Instagram.
 - o 783.539 de reproducciones tuvo el spot del programa.
 - o 1.407 personas participaron en las stories interactivas.



- Los banners digitales expuestos en los medios de comunicación tuvieron un total de 12.635.286 impresiones y 15.765 clics.
- Un total de 47 publicaciones en medios gráficos y online, nacionales y provinciales.
- Se distribuyeron 3.000 ejemplares de Brochure Institucional en ferias de la industria.