



Campaña Rebranding de Recursos Humanos

Pan American
ENERGY

Energía responsable

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

Categoría 5: Comunicación en situación de crisis

Título del programa:

Campaña Rebranding de Recursos Humanos

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:

- Romina Cavanna, Vicepresidente de Recursos Humanos
- Victoria Traverso, Gerente de Talent Management
- Cecilia Damiano, Líder de Empleos y Branding
- Débora Colombino, Analista de Talento
- Débora Field, Analista de Talento



**Pan American
ENERGY**

Energía responsable

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, 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 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 sus más de 725 estaciones de servicio. Fue la primera compañía en ofrecer la carga para autos eléctricos en el país, lanzar el combustible premium Quantium 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 2020, alcanzó a más de 550.000 personas con sus 140 programas de sustentabilidad.

INTRODUCCIÓN

Desde hace más de cinco años y de forma ininterrumpida, la Vicepresidencia de Recursos Humanos de Pan American Energy (PAE) lleva a adelante múltiples programas de jóvenes profesionales cuyo objetivo principal es reforzar el posicionamiento de la compañía como una de las más importantes marcas empleadoras de la industria hidrocarburífera de la región.

El objetivo principal de estos programas es acompañar y desarrollar a nuevas generaciones de profesionales que desean construir su carrera en áreas técnicas y comerciales de la industria del petróleo y gas, asegurando que cuenten con las competencias clave para asumir desafíos y responsabilidades en el mediano plazo y se desarrollen junto a los mejores profesionales de la



industria, en un ambiente que promueve la creatividad, el trabajo en equipo y el crecimiento profesional constante.

Para ello, cuenta con un equipo dedicado exclusivamente a trabajar sobre este eje. Particularmente, Employer Branding tiene como objetivo la gestión de todos los aspectos relacionados a la atracción de futuros talentos. Las nuevas generaciones buscan empresas que les ofrezcan la posibilidad de realizarse, aprender y adquirir experiencia internacional. Valoran a las organizaciones capaces de innovar y transformar el mercado, con profesionales inspiradores y con una cultura organizacional prestigiosa que los conecte con un significado y un propósito mayor.

Las acciones y campañas llevadas a cabo en el 2020 apuntan a que se conozca a PAE como una empresa alineada con estos criterios, mostrándose cercana y accesible.

Para esto, se viene sosteniendo una estrategia basada en actividades y proyectos que fomentan la oportunidad de que jóvenes profesionales puedan desarrollarse en una empresa que cuida y promueve el crecimiento de sus colaboradores de forma integral combinando propuestas profesionales, culturales y de salud.

Entre los más importantes, ejecuta Programas de Jóvenes Profesionales, de Pasantías y de Becas. Estos se ubican dentro de los más reconocidos de la industria ya que además de capacitar a los nuevos talentos permiten la vinculación de los estudiantes con distintos actores, entre ellos, universidades, estudiantes y graduados, asociaciones estudiantiles y profesionales.

LA DISTANCIA NOS ACERCA

La vinculación por medio de eventos presenciales había sido hasta la fecha, casi en exclusiva, la única modalidad para concretar los programas. Todos los años PAE participa de ferias de empleo y talleres que organizan las universidades, realiza encuentros con becados y pasantes, busca jóvenes profesionales a lo largo y ancho del país, y asiste de manera presencial a contar su propuesta de trabajo para reforzar el vínculo con los múltiples actores involucrados. Además, de reforzar sus campañas y propuesta de valor, a través de canales digitales como lo son las redes sociales corporativas de PAE y su sitio web.



El objetivo para el año 2020 era reforzar lo realizado anteriormente, generar mayor cercanía y presencia de alto impacto en las distintas zonas donde se concretarían las actividades, como así también realizar visitas presenciales a más 20 universidades, participaciones en ferias de empleo y dictado de talleres. Pero el contexto de la pandemia hizo que esta estrategia no sea posible de la manera tradicional.

A raíz de la pandemia provocada por la propagación del COVID-19, PAE trabajó para adaptarse a esta nueva situación. Así, intensificó las medidas de precaución y prevención en las áreas donde desarrolla sus operaciones con el objetivo principal de resguardar la salud de los trabajadores y sus familias, como así también la de las comunidades donde tiene actividades.

En ese sentido, se llevó a cabo un rediseño de sus programas hacia nuevas plataformas para garantizar su continuidad. Para lograr esta tarea, el equipo a cargo de Employer Branding empezó a analizar la manera de cumplir el plan estratégico realizando otro tipo de acciones que tengan el mismo fin y que puedan apuntar al mismo público. De esta manera, PAE empezó a notar que lo que parecía una desventaja en un principio, se convertiría en un aliado.

La tecnología y el contexto permitió a la compañía:

- Acercarse de manera muy rápida a los referentes de las universidades.
- Entender las nuevas necesidades de los estudiantes en este contexto.
- Aprovechar lo virtual para acercar propuestas que complementen las materias que estaban cursando.
- Reforzar competencias para la post pandemia y generar eventos de calidad con profesionales de gran trayectoria.

Contrariamente a lo planificado, el 2020 abrió un nuevo abanico de posibilidades gracias a la virtualidad que, tomada como una aliada fundamental, permitió alcanzar a públicos más numerosos y hacer participar a universidades y asociaciones de distintos lugares del país en un mismo evento. Asimismo, los programas de ese año se orientaron a ofrecer herramientas para que los jóvenes sean más empleables y desarrollen sus habilidades para poder insertarse en un mercado laboral cada vez más cambiante y desafiante. Por eso, en este contexto particular, más que ofrecer oportunidades laborales en la industria, las acciones apuntaron a capacitar y brindar nuevas herramientas.

En esta línea, se llevaron adelante cinco acciones:

1. Campaña con universidades: “Emprendé un camino con futuro”
2. Charlas técnicas
3. Programa de becados: eventos con la comunidad de becarios
4. Prácticas Profesionales Supervisadas (PPS)
5. Un Día en Tu futuro

ESTRATEGIA

La pandemia generada por la propagación del COVID-19 vino a cambiar las reglas del mundo tal y como lo conocíamos, y la industria hidrocarburífera no quedó exenta de este panorama. Por eso, el foco de PAE estuvo puesto en dejar en claro que su mayor responsabilidad es la de continuar trabajando para garantizar la energía que el país necesita.

Por ello, y siguiendo las recomendaciones de los especialistas y las normativas vigentes, disminuyó al máximo posible la presencia física en yacimientos y oficinas, readecuó sus actividades, priorizando mantener sus operaciones, programas y el abastecimiento de petróleo, gas natural y combustibles de forma segura.

A principio de año, el área de Recursos Humanos tomó como diagnóstico los resultados de las actividades del 2019 y su meta fue superarlos, con el objetivo de reforzarlos y optimizarlos. Puntualmente, en 2019 la empresa participó de 22 ferias de empleo (21 de ellas se realizaron de manera presencial y sólo una de forma virtual), visitó de forma presencial 24 universidades del país para promocionar y reclutar jóvenes para el Programa de Jóvenes Profesionales y realizó 2 talleres de empleo presenciales.

El 2020 inauguró un nuevo panorama, donde la virtualidad y la digitalización fueron las protagonistas. Sin dudas, lo que primero se presentó como una adversidad, fue aprovechado por la compañía para lograr resultados superadores a los propuestos. Por un lado, se pudieron alcanzar públicos más numerosos y hacer participar a universidades y asociaciones de distintas provincias en un mismo evento. Por otro, los estudiantes tuvieron la oportunidad de escuchar y nutrirse de las charlas de profesionales de la industria a través de webinars.

Así mismo, los programas de este año se orientaron a ofrecer herramientas para que los jóvenes sean empleables y desarrollen sus habilidades para poder insertarse en un mercado laboral cada vez más cambiante y desafiante.

OBJETIVOS

El objetivo central de los programas es acercar la propuesta de valor de PAE a los jóvenes talentos, para que puedan desarrollar herramientas para su mejor desempeño académico y en la búsqueda de empleo. En un contexto adverso, dónde la compañía no tuvo nuevas oportunidades laborales, decidió dar herramientas para que puedan estar preparados para cuando estas se les presenten.

PÚBLICOS

Todas las acciones apuntaron a jóvenes estudiantes y recién graduados. Principalmente de carreras como ingeniería en petróleo, industrial, química, electrónica, eléctrica, civil y mecánica, ciencias geológicas y geofísica, contador público y administración de empresas.

DESARROLLO DEL PLAN: PROGRAMAS

Campaña con universidades: “Emprendé un Camino con Futuro”

Dado que por el contexto no se realizaron visitas a universidades de manera presencial y tampoco se abrió la convocatoria al Programa de Jóvenes Profesionales, PAE optó por acercarse a los recién graduados y a los estudiantes a través de un taller que pudiera darles herramientas para mejorar su empleabilidad en un futuro próximo.

Para esto, realizó la campaña “Emprendé un Camino con Futuro”, recorriendo distintas universidades del país con la charla “Creá tu Marca Personal”, en la cual la empresa compartió tips para que los estudiantes y recién graduados puedan estar mejor preparados en su búsqueda laboral. El objetivo fue llegar a todas las provincias de Argentina, capacitando a la mayor cantidad de jóvenes posible.

Charlas Técnicas

Con el objetivo de mantenerse cerca de universidades y asociaciones de estudiantes, PAE se hizo presente a través de charlas técnicas de diversas temáticas brindadas por colaboradores de la compañía. En total se dictaron 17 charlas técnicas que alcanzaron a 1454 alumnos y graduados, principalmente de carreras de Ingeniería.

Temática	Universidad / Asociación
Perforación y completación de NOC	Capítulos estudiantiles SPE
Introducción a los NOC	Universidad Nacional del Sur
Panorama actual de la industria	Capítulos estudiantiles SPE
Desafíos de hacer negocios en el país	USESA
Conceptos de lubricación	UTN Delta
Matriz energética	UBA
Proceso productivo de refinería	UBA
Proyecto Hokchi offshore	Capítulos estudiantiles SPE
Gas convencional	Capítulos estudiantiles SPE
Perforación	ITBA
Innovación tecnológica aplicada a la adquisición de competencias	WIN SPE
Tipos de Crudo en Vaca Muerta	UBA
Mujeres en la Industria del Petróleo	UBA
Energía y Sustentabilidad	UTDT
Emisión de obligaciones negociables	UDES
Instalaciones de superficie	ITBA
Casing Drilling	ITBA

Programa de Becados

Para este programa, PAE se vio en el desafío de repensar sus encuentros con esta Comunidad y salir de un esquema presencial, pero sin perder cercanía. Para eso, planificó un programa de eventos con una bienvenida y un calendario de actividades para que los becarios puedan conocerse entre ellos, conocer el negocio y reforzar habilidades para la búsqueda de empleo. En estas actividades se alcanzó a los 116 jóvenes becados que tiene la compañía actualmente. En total, se realizaron seis eventos.

- 1- Evento de Bienvenida Becados SPE - PAE a cargo de HR.
- 2- Bienvenida - Charla sobre negocio con un referente de la organización, Gerardo Doria - Vicepresidente de Drilling & Completion.
- 3- Taller de empleos "Creando tu Marca Personal" /Taller LinkedIn Reloaded. Evangelina Capllonch - Analista de Talent Acquisition.
- 4- Introducción al downstream. Charla Técnica con un referente interno, Diego Mouriño- Gerente Ejecutivo de Refinería Campana.
- 5- Introducción al upstream. Charla Técnica con un referente interno.
- 6- Evento de cierre de año en las 3 locaciones.

Además para reforzar la relación y la manera de acompañarlos, este año PAE lanzó un programa de mentores internos. El mismo consiste en que colaboradores que ingresaron como Jóvenes Profesionales en 2019, puedan generar encuentros para guiarlos, contarles experiencias, trabajar sobre soft skills y temáticas que el becado considere relevantes para su desarrollo profesional.

Prácticas Profesionales Supervisadas (PPS)

PAE también repensó su programa de Prácticas Profesionales Supervisadas (PPS). La práctica en campo es uno de los requisitos que los alumnos de ingeniería tienen que cumplir para poder obtener su título. Debido a que en este contexto, el viaje a yacimiento no puede realizarse, los alumnos trabajaron sobre un proyecto que la universidad le asignó, y un tutor de PAE los acompañó en la ejecución. Esta "prueba piloto" se realizó con tres alumnos del Insituto Tecnológico de Buenos Aires, asignando a dos alumnos al área de Perforación en Golfo San Jorge y uno a al area de Desarrollo de Reservas, en Buenos Aires.

Un Día en tu Futuro

PAE pensó el evento “Un Día en tu Futuro” para alumnos de los últimos años y graduados recientes de carreras afines a la industria, en el cual se los invitó a conocer cómo es trabajar en la compañía contado por los protagonistas, es decir, colaboradores que ingresaron como jóvenes profesionales y que hoy son parte del staff.

Además, se compartió una charla sobre las competencias que son necesarias para dar el paso de estudiante a profesional, y se abrió luego pequeños grupos donde los participantes pudieron interactuar con los profesionales que estén trabajando en su área de interés para poder hacerles preguntas. Los jóvenes estarán representando las cinco líneas de carrera que ofrece en el Programa de Jóvenes Profesionales:

1. Company
2. Operaciones
3. Refinería
4. Comercial
5. Corporate

De esta forma, se busca acercar el mundo laboral al mundo académico y achicar la brecha entre formación y aplicación de los conocimientos en el mundo laboral real.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Todos los programas mencionados anteriormente fueron acompañados de una estrategia comunicacional transversal e integradora que incluyó múltiples canales y materiales de comunicación. Para ello, durante el 2020, en un desarrollo conjunto entre las áreas de Relaciones Institucionales y Recursos Humanos de PAE se desplegó una campaña digital con acciones orientadas a reforzar el posicionamiento de la compañía y los programas orientados a jóvenes talentos.



Los objetivos de la campaña de comunicación fueron:

- Comunicar con claridad la nueva naturaleza de los programas, los cuales, a partir de la pandemia fueron modificados tanto en su modalidad como en sus fines estratégicos.
- Desarrollar una campaña publicitaria de alto impacto que permitiera generar empatía con su público target a partir de la producción de una campaña digital integral.
- Ofrecer una modalidad interactiva, entretenida y fresca de interacción y capacitación, *aggiornada* al nuevo paradigma virtual.
- Potenciar a PAE como marca empleadora pero también como una compañía que fomenta el desarrollo de las nuevas generaciones, más allá de la posibilidad de ofrecer una inserción laboral al interior de la empresa.

La estrategia comunicacional se centró en desarrollar una campaña de comunicación de alto impacto con una fuerte impronta digital y un mensaje innovador, que apelara a las aspiraciones profesionales de los jóvenes para captar su atención. Para comunicar los programas y sus diferentes activaciones se usaron múltiples canales y herramientas de comunicación.

En algunos casos se utilizaron las redes sociales de la compañía para amplificar los mensajes y llegar al mayor número de personas posibles. Se potenciaron las oportunidades de cada plataforma y se crearon contenidos a medida para cada una de ellas. Además, las universidades aliadas difundieron las piezas a su red de estudiantes a través de sus canales, el *mailing* y WhatsApp. La comunicación por estas vías es una parte fundamental del proceso ya que el público al que apuntan los programas es sumamente activo en redes.

Por otro lado, y con el objetivo de construir marca puertas adentro de la compañía, se aprovecharon los canales internos de comunicación para comunicar el programa. En este sentido, se lanzó la campaña en la intranet y la red interna Yammer.

Las campañas funcionaron como complemento y pilar fundamental de los programas ya que, gracias a la efectividad y masividad de estas, los programas cobraron visibilidad y alcance. De esta manera, las campañas de comunicación se orientaron a posicionar a PAE como la mayor marca empleadora del sector privado en la industria energética de Argentina y la región.

MENSAJES

El mensaje que atravesó a todas las campañas fue el de posicionar a PAE como una empresa sólida, que invierte y crece aún en un panorama difícil e inestable. Además, se buscó transmitir que PAE sigue comprometido con los potenciales talentos de la industria ofreciendo capacitaciones y acompañamiento en el desarrollo de sus habilidades para potenciar su empleabilidad, talentos, confianza y desempeño en el mercado laboral.

A la vez, para vehicular el mensaje e ir en línea con los objetivos se apuntó a un tono informal pero también institucional, con mensajes breves e informativos que generaran impacto e interés en el público target y trajeron un mensaje positivo en un contexto adverso y cambiante.

Además, la campaña priorizó transmitir que PAE tiene un equipo de trabajo de profesionales de primer nivel, que ofrece y se adapta a las nuevas tecnologías e innova en su actividad permanentemente y que ofrece oportunidades de desarrollo y capacitación constante como parte de su cadena de valor integrada.

RESULTADOS Y EVALUACIÓN

Los programas lograron un alto nivel de receptividad y satisfacción por parte de los jóvenes.

- Sumando la totalidad de las actividades ejecutadas, los programas alcanzaron a 3041 jóvenes.
- 1.454 personas asistieron a las charlas técnicas.
- 1.587 alumnos participaron en los talleres de Marca Personal.
- Plan de actividades con 116 becados.
- Además, los programas de PAE tuvieron presencia en 38 universidades de las 23 provincias del país.

La campaña en redes supuso una inversión de \$53.504. A partir de esta, en el período que va de abril a septiembre del 2020 se realizaron 24 publicaciones en Twitter, Facebook, Instagram y LinkedIn que obtuvieron en total:



Pan American
ENERGY

Energía responsable

- 1.731.912 impresiones
- 512.987 de alcance
- 1.939 interacciones
- 110.358 reproducciones de los vídeos

Particularmente, la campaña “Emprendé un camino con futuro” logró:

- Las dos piezas publicadas a modo de stories en Instagram de la Campaña de Becas 2020, entre el 19 de mayo y el 12 de junio lograron 6860 impresiones, un alcance de 5369 y 87 interacciones.
- Las piezas publicadas como parte de la Campaña de Becas con la Universidad de San Andrés como post en Facebook, Instagram y Twitter entre el 26 de agosto y el 7 de septiembre obtuvieron 1.583.963 impresiones, un alcance de 480.897 y 90.223 reproducciones.
- Las piezas creadas para promocionar las Ferias de empleos se publicaron alternadamente entre Instagram y LinkedIn como posteos orgánicos entre el 28 de julio y el 14 de agosto y obtuvieron 15.056 impresiones, 155 interacciones y un alcance de 1.503.

Por otro lado, las dos piezas destinadas a promocionar el ciclo de charlas y talleres técnicos publicadas en Instagram, Facebook y LinkedIn como posteos orgánicos obtuvieron entre ambas:

- 46.065 impresiones
- 5.305 de alcance
- 677 interacciones
- 7.785 reproducciones

Como parte del mismo ciclo de Charlas y Talleres técnicos, el testimonio María de los Ángeles Krenz dado en el marco del encuentro virtual WIN Argentina logró 23.306 impresiones, 420 interacciones y 5.129 reproducciones. La pieza se publicó en LinkedIn, como posteo orgánico.

Por último, la campaña de promoción del primer encuentro virtual del Programa de Becarios PAE que se publicó en Instagram, Facebook y LinkedIn obtuvo:



Pan American
ENERGY

Energía responsable

- 20.034 impresiones
- 3.707 de alcance
- 211 interacciones
- 2.671 reproducciones