

FORTALEZA

#HoyMásQueSiempre

Campaña de Sustentabilidad: “Hoy más que siempre, cerca de la comunidad”

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 de Sustentabilidad: “Hoy más que siempre, cerca de la comunidad”

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
- Agustina Zenarruza, Gerente de Sustentabilidad
- Daniela Antoci, Líder de Sustentabilidad
- Ana Zenklusen, Líder en Comunicación Institucional
- Anabella Castillo, Analista de Comunicación Institucional

FORTALEZA

#HoyMásQueSiempre

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 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 2020, alcanzó a más de más de 550.000 personas con sus 140 programas de sustentabilidad.

EL TRABAJO EN SUSTENTABILIDAD

En 2020 la compañía se propuso estar aún más cerca de las comunidades cuando el COVID-19 obligaba a tomar distancia. Así, a lo largo de todo el año readecuaron los programas de sustentabilidad, trabajando articuladamente con las autoridades nacionales, provinciales, municipales y organizaciones del tercer sector. Mediante un trabajo sostenido de triple impacto, durante la pandemia se implementaron más de 140 programas y actividades – con especial foco en Salud, Educación y Pymes – que alcanzaron a más de 550.000 personas de todo el país. En este último año, la compañía logró reconvertir más del 90% de sus iniciativas en formato y contenido para poder dar respuesta a las nuevas necesidades que despertó la pandemia.

FORTALEZA

#HoyMásQueSiempre

Pan American
ENERGY

Energía responsable

SALUD

Con la certeza de que la salud es un tema central en esta coyuntura, PAE elaboró un Plan de Acción Integral por COVID-19 para acompañar al personal sanitario a través de dos vías principales:

1. Provisión de equipamiento e insumos críticos: incluyó el armado de cuatro hospitales de campaña, la entrega de 240 camas hospitalarias y la donación de 53 cámaras termográficas, 20 bombas de infusión y sets descartables, 15 respiradores, 7 monitores multiparamétricos, 2 equipos radiológicos, 2 ambulancias, 1 videolaringoscopio, 1 equipo PCR de Biología Molecular y 70.000 litros de combustible.

2. Formación Profesional:

El Programa de Capacitación de Enfermeros que la compañía desarrolla desde el 2012 se readaptó a través de plataformas digitales, reformulando los contenidos para hacer foco en las herramientas necesarias para la atención a pacientes con COVID-19, capacitando en prevención, control y recepción del paciente; disposición operativa del centro de salud y uso de elementos de protección personal; limpieza, esterilización y traslado de muestras; atención en guardias y métodos de traslado e internación

Entre los distintos programas de entrenamiento y capacitación, otro de los destacados fue el de Preparación para el Aumento de la Respuesta del Equipo de Salud (P.A.R.E.S) el cual se incorporó para responder a las necesidades específicas surgidas por la pandemia y que tuvo como fin preparar al personal de salud no intensivista para colaborar en la atención de pacientes con COVID.

En la misma línea fue reconvertido el Programa de Control de Infecciones de Adquisición Hospitalaria para acompañar, en Chubut y Neuquén, la formación de profesionales de la salud de la primera línea en la atención. A través de la iniciativa, se trabajó sobre la correcta utilización de elementos de protección personal y su posterior descarte, el manejo de muestras microbiológicas, realización de hisopados, altas de pacientes positivos y el aislamiento del personal médico para casos positivos.

FORTALEZA

#HoyMásQueSiempre

Pan American
ENERGY

Energía responsable

Por su parte, tanto en el Golfo San Jorge como en Neuquén también se reformuló el Programa Creciendo Juntos -que desde hace 17 años tiene como objetivo colaborar en la disminución de la mortalidad infantil- donde se adaptaron los contenidos para hacer foco en los cuidados necesarios que trajo aparejada la pandemia y se capacitó a más de 450 y 750 profesionales de cada región, respectivamente.

A través de este plan de entrenamiento y capacitación se alcanzó a más 6.000 profesionales de la salud para el manejo y cuidados de pacientes con el virus.

A su vez, más de 160.000 personas de nuestras comunidades fueron alcanzadas por el Ciclo de Hábitos Saludables el cual consistió en una serie de encuentros, webinars y micros radiales con especialistas de la salud, psiquiatría, nutrición y deportes quienes brindaron consejos sobre cómo llevar una vida saludable durante el aislamiento.

EDUCACIÓN

En cuanto a materia educativa, el aislamiento social puso de relieve, más que nunca, las posibilidades que ofrecen las herramientas virtuales, tanto para el teletrabajo como para la educación a distancia y dejó en claro la necesidad de avanzar en este terreno ante la transformación social de un mundo post-pandemia. En pocos meses, el modelo tradicional educativo se vio revolucionado pasando de la presencialidad del aula a una enseñanza 100% online.

Con récord de inscriptos y una alta receptividad, los programas educativos de la compañía llegaron a más de 15.000 alumnos potenciando las nuevas herramientas digitales y de inserción laboral, capacitando a su vez a más de 4.700 docentes para aportarles elementos pedagógicos indispensables ante la realidad impuesta por la virtualidad. Por otra parte, más de 60.000 personas participaron de diferentes experiencias y espacios lúdicos, científicos y recreativos de forma online.

A través del Programa de Becas Universitarias PAE se continuó acompañando de forma virtual a los más de 120 becarios activos en Chubut, Santa Cruz y Neuquén para que puedan continuar con sus estudios. La virtualidad animó a seguir fortaleciendo el acompañamiento y cercanía con

FORTALEZA

#HoyMásQueSiempre

Pan American
ENERGY

Energía responsable

el becario, y en ese sentido se desarrollaron propuestas online para la Comunidad de Becarios PAE con espacios de relacionamiento y vinculación entre pares, la posibilidad de realizar prácticas profesionalizantes, pasantías y vincularse con el mundo corporativo. La reconversión del programa logró dar respuesta a los desafíos plantados por la pandemia, y permitió que se pueda estar más cerca que nunca de los estudiantes, acompañándolos, conteniéndolos y manteniendo una escucha activa.

DESARROLLO LOCAL

La irrupción de la pandemia colocó en una situación extremadamente difícil a las economías regionales en general, y al ecosistema pyme en particular, debido al aislamiento, la inactividad comercial e industrial, el quiebre de la cadena de pagos, la transformación digital y la incertidumbre generalizada.

La pandemia generó un impacto mayor en las pequeñas y medianas empresas. Por eso, el Programa Pymes PAE, una de las iniciativas insignia de la compañía en materia de desarrollo local, fue adaptado al nuevo contexto para seguir a disposición de las necesidades de las pymes locales y continuar el trabajo a través de plataformas digitales.

En esta línea, se desarrolló un Plan Integral de Acompañamiento 100% virtual para promover la sustentabilidad y proteger a su cadena de valor, afectada por la baja en la actividad. Con el objetivo de proteger el entramado productivo y la empleabilidad en las comunidades, se brindó asistencia directa y consultoría a más de 250 pymes de todo el país que emplean en total a más de 10.000 personas; se llevaron adelante más de 100 capacitaciones abiertas, con más de 12.000 personas inscriptas, el dictado de más de 1.500 horas en contenidos, y se destinaron 2.500 horas de asistencia a pymes.

Con la mira puesta en las nuevas necesidades que traerá el mundo post pandemia, se realizaron tres ediciones de la Hackatón “El futuro cuenta con vos” con más de 2.400 participantes y más de 430 proyectos presentados en las convocatorias de Chubut, Santa Cruz y Neuquén. Las iniciativas alcanzaron a emprendedores de otras provincias como Buenos Aires, Salta, Córdoba, Mendoza, Río Negro, Santa Fe, y países como Colombia, Perú, Brasil, México, Italia, Australia, entre otros.

FORTALEZA

#HoyMásQueSiempre

Pan American
ENERGY

Energía responsable

A través de acciones de este tipo, PAE busca promover el desarrollo económico y social de las regiones cercanas a las operaciones de la compañía, y colabora con emprendedores y empresas -sean o no proveedores de PAE-, ayudándolos a profesionalizar su gestión de manera integral, certificar sus procesos y desarrollar sus productos y servicios, mediante asesoramientos tecnológico-industriales y comerciales, capacitaciones y facilidades en el acceso al financiamiento. Desde su inicio, más de 2.500 pymes han participado de estas propuestas.

Por la situación actual de pandemia, muchas pymes tuvieron que repensar la dinámica de prestación de servicios ya que la realidad misma desafió su estrategia, de ahí que durante el 2020 se hiciera especial foco en ofrecer herramientas para acompañarlas en su diversificación productiva y en generar un plan de acción que les permitiera tener una mirada más amplia, que trascendiera el sector energético y el mercado nacional.

AMBIENTE

El compromiso ambiental también se mantuvo firme, si bien hubo dificultades para el trabajo en campo como consecuencia de la pandemia, con las distintas habilitaciones, PAE pudo sostener su Plan Estratégico de Conservación de la Biodiversidad que tiene como objetivo preservar recursos naturales y conservar especies en peligro de extinción.

De esta forma, se trabaja con organizaciones especializadas en identificar los principales factores de riesgo para las especies y diseñar estrategias de conservación. También permite obtener conocimientos científicos que permitan identificar áreas de protección y conservación, generar conciencia sobre la importancia de preservación e integrar a la población local para coordinar esfuerzos en la protección de estas especies como lo son el Pingüino de Magallanes, el Macá Tobiano, el Pato de los Torrentes y el Tiburón Gatopardo.

En este sentido, en 2020, se destaca el diseño de un Plan de Conservación de la Biodiversidad focalizado en tres ejes: costero marino, estepa patagónica y yungas en el cual la compañía se encuentra trabajando, y que tiene como objetivo, una vez implementado, profundizar los esfuerzos en esta temática.

FORTALEZA

#HoyMásQueSiempre

Pan American
ENERGY

Energía responsable

A su vez, a través del Programa de Promotores Ambientales, se fortaleció el trabajo con los Promotores Ambientales Regionales de más de 20 localidades de la Provincia de Chubut de forma online. Durante los mismos se acompañó a la red de trabajo creada hace 5 años y que tiene como objetivo el cuidado ambiental de cada localidad.

También, durante el último año, este programa se extendió a la Provincia de Neuquén donde junto a la Legislatura Provincial y cuatro municipios, se trabajó en la concientización de temáticas ambientales previendo soluciones para posibles problemáticas ambientales de cada una de las localidades tales como la gestión de residuos sólidos urbanos, el cuidado del agua y la valorización de los espacios verdes.

CAMPAÑA HOY MÁS QUE SIEMPRE – CERCA DE LA COMUNIDAD

INTRODUCCIÓN

A raíz de la pandemia provocada por el COVID-19, durante el 2020 PAE continuó trabajando para adaptarse a esta difícil situación. En consonancia con las normativas sancionadas al comienzo de la pandemia, intensificó las medidas de precaución y prevención en las áreas donde desarrolla sus operaciones con el objetivo principal de resguardar la salud de los colaboradores y sus familias, como así también la de las comunidades donde tiene actividades, mientras continuó trabajando para garantizar la energía que el país necesita.

En este contexto, PAE, como hace 20 años, también miró a su alrededor y al interior de las comunidades donde trabaja. A través del trabajo articulado con autoridades nacionales, provinciales y municipales, buscó seguir promoviendo la sustentabilidad de la mejor manera que sabe hacer, porque la adaptación al cambio está en su ADN.

Así, desde el equipo de Sustentabilidad de la compañía se trabajó en acciones concretas para ayudar a las comunidades cercanas a las operaciones de PAE, como así también, para continuar de manera efectiva con sus programas. Entre otras iniciativas, trabajó junto a las autoridades de Salud municipales y provinciales de las provincias de Chubut, Santa Cruz, Neuquén, Salta y Buenos Aires, contribuyendo en el armado de Hospitales de Campaña y donando instrumental

FORTALEZA

#HoyMásQueSiempre

Pan American
ENERGY

Energía responsable

de detección del COVID-19, equipamiento para el control de la temperatura, equipos de análisis bacteriológico e insumos como alcohol en gel, mamelucos, guantes y barbijos.

Priorizando el trabajo con la comunidad, PAE adaptó más del 90% de sus Programas de Sustentabilidad para poder seguir llevando herramientas de salud, educación y apoyo a las pymes, que den respuesta a las necesidades actuales. En ese sentido, se llevó a cabo un rediseño de sus programas hacia nuevas plataformas digitales para garantizar su continuidad.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

PAE elaboró un plan de comunicación integral para acompañar y dar a conocer las acciones concretas que la compañía tomó para adaptar sus Programas de Sustentabilidad. El objetivo central de la campaña fue comunicar el compromiso de PAE para continuar con su labor esencial y ayudar a las comunidades cercanas a sus operaciones buscando estar más cerca que nunca.

De este modo, tenía como finalidad reforzar que la compañía busca contribuir con las áreas de salud, educación y el desarrollo local de las comunidades donde tiene actividades. Mediante un trabajo sostenido de triple impacto, durante la pandemia se implementaron más de 140 programas y actividades – con especial foco en Salud, Educación y Pymes – que alcanzaron a más de 550.000 personas de todo el país. En este último año, la compañía logró reconvertir más del 90% de sus iniciativas en formato y contenido para poder dar respuesta a las nuevas necesidades que despertó la pandemia.

La campaña procuró alcanzar a una audiencia diversa: público en general, autoridades nacionales y provinciales, industria, prensa y las comunidades cercanas a las operaciones. El tono buscó generar un impacto positivo en un contexto de preocupación y cambios a nivel mundial.

Bajo los claims “Hoy más que siempre” y “Juntos podemos lograrlo” la compañía diseñó diferentes materiales de comunicación cuyo objetivo principal fue mostrar cómo PAE, acompaña a las comunidades en un trabajo conjunto a los ministerios municipales y provinciales de las provincias donde se encuentran sus operaciones.

En este sentido, la estrategia se centró en construir y comunicar en plataformas digitales un mensaje sólido, fruto de un proceso estratégico enfocado en difundir el valor del trabajo de PAE

FORTALEZA

#HoyMásQueSiempre

Pan American
ENERGY

Energía responsable

y comunicarlo a sus audiencias clave. Para ello, se trabajaron diversos conceptos creativos, donde los mensajes contribuyeran a transmitir su esencia y compromiso en este contexto. A su vez, los mensajes de la campaña fueron validados con todas las áreas involucradas en la comunicación y ejecución de las iniciativas llevadas adelante.

DESARROLLO DEL PLAN

OBJETIVO

El objetivo central de la campaña fue comunicar el compromiso de PAE para continuar con su labor esencial y ayudar a las comunidades cercanas a sus operaciones, en el contexto de la pandemia.

MENSAJES CLAVE

En el mes de abril del 2020, se puso en marcha la campaña de comunicación digital bajo el concepto “Hoy más que siempre”, cuyo eje central giró en torno a comunicar que, pese a la pandemia del COVID-19, la compañía sigue comprometida con su tarea esencial, adaptándose responsablemente a la nueva realidad. Para ello, se trabajó en los siguientes mensajes clave:

- Que PAE trabaja responsablemente para cumplir con su tarea esencial de abastecimiento ante esta situación sin precedentes y está comprometida con las comunidades en donde opera.
- Que la compañía readecuó rápidamente sus operaciones a la nueva realidad, donde se buscó garantizar la seguridad de los empleados y sus familias.
- Que la empresa reconvirtió sus programas de sustentabilidad tanto en el desarrollo de contenidos como en el uso de canales digitales para dar respuesta a las necesidades surgidas como consecuencia del COVID-19 y su Plan Integral de Apoyo a las Pymes.

DESARROLLO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

La campaña fue pensada para las redes sociales corporativas de PAE, con promoción geolocalizada en localidades cercanas a las operaciones de la compañía. También se elaboraron materiales para ser distribuidos por algunos medios nacionales, bien puntuales y medios locales de Chubut, Santa Cruz, Neuquén y Salta.

FORTALEZA

#HoyMásQueSiempre

Pan American
ENERGY

Energía responsable

Para la ejecución de la campaña de comunicación, se elaboraron piezas gráficas destinadas a ser difundidas en las redes sociales de la compañía: Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn. Cada pieza fue pensada a partir de una línea creativa para transmitir un mensaje y luego adaptada a diferentes soportes.

Los perfiles corporativos de PAE tienen una fuerte presencia en redes sociales, que actualmente cuentan con más de 120 mil seguidores en Facebook; casi 16 mil seguidores en Twitter; 18 mil seguidores en Instagram; más de 183 mil seguidores en LinkedIn y casi 8 mil seguidores del Facebook del Programa Pymes PAE.

Declarado el aislamiento social preventivo y obligatorio, PAE logró reconvertir en pocas semanas en un 100% sus proyectos de comunicación institucional a digital. La campaña tuvo lugar en Facebook, LinkedIn, Twitter e Instagram y se publicó en forma geolocalizada en las áreas donde PAE desarrolla su actividad. Se elaboró un video a modo de Spot de 43 segundos que fue difundido por la web y las redes sociales corporativas de PAE. Este video contó con dos reducciones de 15 segundos para publicar en Instagram stories que, además, se destacaron en el perfil de PAE en Instagram.

A su vez, se elaboraron postales para difundir por Facebook, Instagram, LinkedIn, y Twitter con fotografías de los programas de sustentabilidad de PAE y palabras a modo de mensajes que reflejaran el rol de la compañía para con la comunidad como “apoyo”, “energía”, “fortaleza”, “presencia”, “seguridad”, “educación”, “formación” y “prevención” acompañados por el hashtag #HoyMásQueSiempre.

La campaña se dividió en diferentes líneas y etapas, pensadas para ejecutarse complementariamente, que fueron acompañadas de un mensaje fuerza.

Campaña “Hoy más que siempre”

El concepto busca confirmar que PAE siempre estuvo presente brindando todo y que pese a esta situación sin precedentes va por más. Se presentaron posteos para redes sociales y avisos para medios gráficos. Las piezas contenían líneas de texto que refieren a los objetivos de la comunicación:

FORTALEZA

#HoyMásQueSiempre

Pan American
ENERGY

Energía responsable

- El país (se apeló a reforzar el mensaje de “abastecimiento”). El aviso gráfico publicado en medios nacionales se envió únicamente con este mensaje.
- La comunidad (se utilizó la idea de “cercanía” en línea con el esfuerzo por mantenerse cerca de las comunidades). Principalmente en la adaptación de los programas de sustentabilidad para dar respuesta a las necesidades de las áreas de salud, educación y desarrollo local, la contribución de PAE en el armado de hospitales de campaña y la donación de equipamiento.
- La estrategia de posicionamiento del Programa Pymes PAE con el objetivo de reafirmar el compromiso de la compañía con el desarrollo local y el acompañamiento a las pymes y emprendedores en un contexto como este.

Video “Necesitamos la energía de todos”

La intención de esta pieza fue transmitir que PAE pone su energía, pero no es el único, se necesita de todos. Por eso, desde la compañía entienden que la energía es un ida y vuelta y es indispensable que esté presente.

Sobre esta línea se presentó un video de 43 segundos de duración para redes sociales que funcionó como pieza inicial de campaña. Luego, se realizaron adaptaciones para todos los canales digitales: reducciones del video, posteos estáticos e Instagram stories.

El guion se centró en la idea del fuerte compromiso de PAE para garantizar el abastecimiento energético a todo el país y su trabajo en sustentabilidad para contribuir con las áreas de salud, educación y desarrollo local.

Para ganar masividad en el mensaje, se propuso usar el hashtag #JuntosPodemosLograrlo, que se inició en Argentina en un programa emitido por TV abierta. Actualmente, es utilizado en redes sociales como representativo del COVID-19, especialmente entre personas reconocidas públicamente. A nivel internacional, se utilizaron hashtags similares como #InThisTogether, #StrongerTogether, #StayHomeSaveLives.

FORTALEZA

#HoyMásQueSiempre

Pan American
ENERGY

Energía responsable

Video Donaciones “Hoy más que siempre acompañamos a la comunidad”

El objetivo de esta pieza fue dar cuenta del trabajo realizado junto con los Ministerios de Salud, municipales y provinciales de Chubut, Santa Cruz, Neuquén, Salta y Buenos Aires, y la contribución de PAE en el armado de hospitales de campaña, la donación de equipos de detección del COVID-19, control de temperatura, análisis bacteriológico, respiradores de alta complejidad, insumos críticos y alimentos para la contingencia actual.

De esta manera, en un video de un minuto se difundió el compromiso de PAE y cómo con energía que produce se acompaña a la comunidad. Las publicaciones fueron acompañadas por los hashtags #HoyMasQueSiempre #JuntosPodemosLograrlo.

RESULTADOS DE LOS PROGRAMAS DE SUSTENTABILIDAD EN EL PAÍS

- 550.000 personas alcanzadas en todo el país con nuestros Programas de Sustentabilidad
- 90% de nuestros programas y contenidos adaptados a la pandemia
- + 140 programas y actividades implementadas
- 4 hospitales de campaña montados
- + 6.000 profesionales de la salud capacitados en el manejo y cuidado de pacientes con COVID-19
- + 15.000 alumnos alcanzados con programas de educación e inserción laboral
- + 4.700 docentes alcanzados con nuevas herramientas pedagógicas y digitales
- + 250 pymes recibieron asistencia directa y consultoría que emplean en total a más de 10.000 personas
- + 100 capacitaciones abiertas, con más de 12.000 personas inscriptas
- + 1.500 horas en contenidos
- + 2.500 horas de asistencia a pymes
- + 60.000 personas participaron de diferentes experiencias y espacios lúdicos, científicos y recreativos de forma online.
- + 160.000 personas de nuestras comunidades fueron alcanzadas por el Ciclo de Hábitos Saludables.

FORTALEZA

#HoyMásQueSiempre

Pan American
ENERGY

Energía responsable

RESULTADOS DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

Campaña COVID – 19: Resultados acumulados del 2 de abril al 28 de mayo de 2020

Se difundió en Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn, YouTube. Con los hashtags #HoyMásQueSiempre, #JuntosPodemosLograrlo y #COVID_19.

- 21 publicaciones
- Más de 3.360.000 impresiones de los posteos
- Más de 1.405.000 usuarios alcanzados
- 47.000 interacciones
- Más de 280.000 reproducciones (incluye las reproducciones de YouTube)

Postales: 9 piezas publicadas en el feed de las redes sociales mencionadas. Cada una hizo referencia a temáticas puntuales: Salud, Energía Responsable, Prevención, Educación, Apoyo a PyMES, Seguridad, Presencia y Formación. Resultados con más de:

- 1.825.200 impresiones
- 816.000 usuarios alcanzados en Facebook e Instagram
- 31.000 interacciones

Stories: 9 piezas publicadas en Instagram. Resultados con más de:

- 555.000 impresiones
- 271.100 usuarios alcanzados en Instagram
- 1.100 interacciones
- 20.100 reproducciones

Videos: 3 videos publicados: Hoy más que siempre, Video donaciones, Video Hospital de Campaña. Resultados con más de:

- 980.000 impresiones de los videos en redes
- 317.900 usuarios alcanzados en Facebook e Instagram
- 13.900 interacciones
- 260.400 reproducciones

FORTALEZA

#HoyMásQueSiempre

Pan American
ENERGY

Energía responsable

Campaña posicionamiento Pymes: Resultados acumulados del 12 de mayo al 2 de junio

- 5 publicaciones
- Más de 832.500 impresiones de los posteos
- Más de 464.300 usuarios alcanzados
- Más de 28.380 interacciones

Postales:

3 piezas publicadas en los feeds de todas las redes sociales y geolocalizadas a las provincias de Chubut, Santa Cruz, Neuquén, Salta y Buenos Aires. Resultados con más de:

- 495.400 impresiones en redes
- 284.800 usuarios alcanzados en Facebook e Instagram
- 16.400 interacciones

2 piezas publicadas en los feeds de todas las redes sociales y geolocalizada a las provincias de Chubut, Santa Cruz y Buenos Aires. Resultados con más de:

- Postal acceso al crédito y postal impulso regional
- 337.000 impresiones en redes
- 179.400 usuarios alcanzados en Facebook e Instagram
- 11.900 interacciones