

CAMPAÑA: DEGREED

Campaña Nueva Plataforma de Aprendizaje Degreed

Pan American
ENERGY

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

Categoría 7: Comunicación interna

Título del programa:

Campaña de Comunicación – Nueva Plataforma de Aprendizaje Degreed

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 Recursos Humanos

Persona/s responsable/s del plan de comunicación:

- Romina Cavanna, Vicepresidente de Recursos Humanos
- Victoria Traverso, Gerente de Talent Management
- Claudina Pezzi, Líder del Energy Learning Center
- Mariam Sastre, Líder de Desarrollo Profesional
- Agustina Gonzalez Touceda, Líder del Energy Learning Center
- Eugenia Huergo, Gerente de Business Areas & Communication
- Marina Cabello, Líder en Comunicación Interna
- Andrea Lojo, Experta en Comunicación Interna
- Milena Garzón, Especialista en Comunicación Interna

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 y Brasil. 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.

CAMPAÑA: DEGREED

Pan American
ENERGY

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 600 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 2021, alcanzó a más de 400.000 personas con sus 140 programas de sustentabilidad.

CONTEXTO

Durante 2021, Pan American Energy se propuso repensar la experiencia de aprendizaje de los colaboradores, entendiendo que la compañía se encuentra frente a un contexto cambiante, con nuevas formas de aprendizaje y con el objetivo de desarrollar las habilidades necesarias para el futuro del negocio.

Para lograrlo, decidió hacer foco en el trabajo de reskilling y upskilling de sus colaboradores para potenciar el talento. De esta manera, se evaluaron los siguientes aspectos:

- Conocimiento disponible, de fácil acceso, sin depender de la necesidad de entrenamientos 100% presenciales.
- Diversidad de canales y formatos, que permitan acelerar la adquisición de conocimientos sin perder personalización.
- Mapeo de contenidos únicamente teniendo en cuenta las competencias asociadas a la posición, donde se pierde la visibilidad de los intereses de cada colaborador.
- El contexto del mercado energético, la situación global, transformación rápida del negocio, transformación digital, que requiere una rápida velocidad de respuesta y un conocimiento aún mayor. La presencialidad no nos permitía acortar esa brecha.

CAMPAÑA: DEGREED

Pan American
ENERGY

- Si bien se contaba con un mapeo de referentes técnicos, no se contaba con información en tiempo real de la actividad que realizaban ellos y su valoración como expertos en las diferentes temáticas.

OBJETIVOS

- Impulsar la **cultura de autodesarrollo y la pasión por aprender.**
- Ampliar el **catálogo de oferta formativa técnica, funcional y de liderazgo.**
- Mejorar la **experiencia del usuario** a través de tecnología intuitiva y **aprendizaje personalizado.**
- Habilitar **competencias claves de futuro** de una forma ágil.
- **Trabajar en conjunto con la línea como curadores y expertos de contenido.**
- **Agilizar** tiempos de respuesta ante necesidades de aprendizaje.
- **Optimizar costos** de capacitación y desarrollo ya que más del 60% del contenido es gratuito.
- **Conectar a las personas,** compartiendo aprendizajes y generando **comunidades de conocimiento.**
- Poner al **empleado en el centro de la experiencia de aprendizaje,** potenciando sus intereses y talentos.

ESTRATEGIA E IMPLEMENTACIÓN

Benchmark

Se realizó una investigación sobre las soluciones innovadoras que pudieran satisfacer las necesidades de Pan American Energy, lo cual implicó trabajos de investigación con analistas de la industria, productos que cubriesen las expectativas de la compañía y comparativa con empresas de similares necesidades.

Por ello, se orientó la búsqueda a soluciones de LXP (Learning Experience Platform) puesto que se ubican por sobre las de LMS (Learning Management System) ya que las LXP:

- Ponen foco en el colaborador, quien pasa de ser un receptor de información, a ser el protagonista e impulsor de su propio aprendizaje. (Employee Experience)

CAMPAÑA: DEGREED

Pan American
ENERGY

- Convierten la experiencia formativa en única, ya que a través de la inteligencia artificial y Machine Learning generan recomendaciones personalizadas.
- Disponibilizan contenido en una amplia variedad de formatos (cursos, videos, podcasts, blogs, artículos) y fuentes.
- Tienen estética digital, interfaz atractiva y son de fácil navegabilidad.
- Brindan la posibilidad de acceso desde el móvil a cualquier tipo de contenido.
- Permiten que el propio colaborador monitoree sus avances.
- Proporcionan métricas que en combinación con herramientas de Business Intelligence aportan conocimiento relevante para seguimiento y toma de decisiones.

Un Nuevo Modelo de Capacitación

Existen diversos productos en el mercado, y es por ello que se analizaron recomendaciones de expertos y en el análisis de nuestros equipos internos, centrándonos en implementar una solución innovadora que nos permita:

- **Upskilling y Reskilling:** incrementando el dominio de las habilidades y competencias de los colaboradores para impactar en el crecimiento del negocio y de los equipos. Entendiendo que, una habilidad esencial en un entorno de trabajo que cambia rápidamente es la adaptabilidad profesional, imprescindible para seguir siendo relevantes en el futuro.
- **Rentabilidad en la adquisición de nuevo conocimiento:** incremento de eficiencia y velocidad, al desarrollar las competencias empresariales a través de la aut Capacitación.
- **Cultura de autoaprendizaje:** Desarrollo del Mindset de autoaprendizaje como eje central de una cultura de aprendizaje y desarrollo del liderazgo.
- Acceso a más de **mil proveedores de cursos y más de cuatro millones de contenidos.**
- Incorporación del **rol de curador de contenidos**, asociado a la necesidad de seleccionar los mejores recursos para el aprendizaje de la compañía.
- **Interfaz gráfica atractiva** que invite a los empleados a participar de una nueva experiencia de aprendizaje.
- **Diseños de aprendizajes especiales** ajustando las ofertas a diferentes perfiles de una manera ágil y atractiva.

CAMPAÑA: DEGREED

Pan American
ENERGY

- Intercambio y **seguimiento de Referentes Claves**, impulsando el modelo de “Seguidores” o “Influenciadores” referentes de contenido clave, específicos de la industria y tecnología.
- **Algoritmos** que permitan generar automáticamente **acciones de promoción** de contenidos basados en usos, áreas de interés y conocimientos requeridos para cada perfil.
- **Integraciones One Click** de proveedores con contrato o free y con distintos LMS.
- **Acortar la brecha** entre el conocimiento requerido con las demandas actuales y la velocidad para adquirir y apalancar el crecimiento hacia nuevas habilidades.
- **Generar una red** conectando a las personas con similares intereses, conocimientos y necesidades comunes en la operación.
- **Empoderar al talento** (referentes del negocio de PAE) con el conocimiento actual y el requerido, necesario para seguir operando y creciendo en la compañía.
- **Generar compromiso** a través de la posibilidad de entrenamiento constante.
- **Brindar un espacio de entrenamiento** que contemple la diversidad, inclusión y pertenencia de los empleados.

Implementación e integraciones

Luego de la selección y contratación del producto, se inició el diseño del nuevo modelo de aprendizaje junto a un Programa de Gestión del Cambio para apalancar este gran desafío de innovación. Se implementó la solución y se integró con las aplicaciones de la compañía (ADFS para autenticación de usuarios, ERP para ABM de empleados, LMS para disponibilizar contenido).

Hitos técnicos del proyecto:

- **Planeación y alineación técnica:** Se realizaron sesiones de co-creación y mejores prácticas para definir metas, audiencia, estrategia de aprendizaje, requisitos y métricas.
- **Parametrización y definición de On Boarding:** Se trabajó en la alineación de competencias y en asegurar la experiencia de bienvenida.
- **Configuraciones y parámetros para planes/itinerarios y curación de contenido:** Se trabajó en la exploración de fuentes, selección de contenido y elaboración de itinerarios de aprendizaje.

CAMPAÑA: DEGREED

Pan American
ENERGY

- **Definición e implementación de Estrategia de Cambio y Soporte al Usuario:** Se alineó con Comunicación Interna la preparación de la estrategia de comunicación, y con los equipos internos de soporte al usuario para asegurar un punto de contacto ágil y trazable.
- **Entendimiento, configuración técnica y dominio de la Plataforma:** Se integró la plataforma a través de métodos de autenticación acorde a los estándares de la compañía, con mucho foco en la seguridad y la accesibilidad.

Etapas del proyecto:

- **Fase I - Piloto:**
 - Implementación del nuevo modelo a más de 500 usuarios, con un target de audiencia que incluyó colaboradores de distintas áreas (Recursos Humanos, Tecnología de la Información, Marketing, áreas del Upstream y el Downstream), contenido en español e inglés, acceso a través de una autenticación segura (SSO), capacitación y apoyo a la comunidad de curadores. Se realizaron integraciones con las aplicaciones de capacitación y con proveedores de contenido.
 - Se facilitó el acceso a más de cuatro millones de items de contenido.
 - Se puso en marcha un plan de Gestión del Cambio que conlleva a una nueva cultura basada en que cada colaborador sea protagonista e impulsor de su propio aprendizaje.
 - Hitos técnicos de la fase:
 - **Planeación y alineación técnica:** Se realizaron sesiones de co-creación y mejores prácticas para definir metas, audiencia, estrategia de aprendizaje, requisitos y métricas.
 - **Parametrización y definición de On Boarding:** Se trabajó en la alineación de competencias y en asegurar la experiencia de bienvenida.
 - **Configuraciones y parámetros para planes/itinerarios y curación de contenido:** Se trabajó en la exploración de fuentes, selección de contenido y elaboración de itinerarios de aprendizaje.
 - **Definición e implementación de Estrategia de Cambio y Soporte al Usuario:** Se alineó con Comunicación Interna la preparación de la estrategia

CAMPAÑA: DEGREED

Pan American
ENERGY

de comunicación, y con los equipos internos de soporte al usuario para asegurar un punto de contacto ágil y trazable.

- **Entendimiento, configuración técnica y dominio de la Plataforma:** Se integró la plataforma a través de métodos de autenticación acorde a los estándares de la compañía, con mucho foco en la seguridad y la accesibilidad.

Luego de esta etapa y con el objetivo de conocer el resultado de los entrenamientos y reconocer las acciones a ajustar para potenciar la entrega de valor, es que:

- Se realizaron encuentros mensuales con los sponsors del proyecto para revisar resultados.
- Se extrajeron métricas para analizar experiencia general del usuario y del propio equipo administrador de Recursos Humanos.
- Se efectuaron reuniones para revisar las estrategias de curación para asegurar la calidad y la relevancia.
- Fase II: Se preparó el despliegue a toda la compañía (3.700 colaboradores). Se llegó hasta aquí con más curadores, más contenido, más proveedores y con un equipo de administradores altamente preparado para el lanzamiento de este gran desafío de innovación.
- Fase III: En esta etapa se busca el sostenimiento del programa, la continuidad de oferta de contenidos y el uso de la herramienta.

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN INTERNA

Estrategia

Para difundir internamente la nueva plataforma de capacitación y desarrollo, la campaña de comunicación contempló 3 etapas:

- Pre-lanzamiento: Se diseñó una campaña teaser para generar incógnita y atraer la atención. Se propuso generar sensibilización y preparar el terreno para la llegada de Degreed. Se buscó involucrar a los líderes y referentes de comunicación.

CAMPAÑA: DEGREED

Pan American
ENERGY

- Lanzamiento y adopción: Se lanzó Degreed e invitó a los colaboradores a que se sumen y aprendan a usar la herramienta.
- Sustentabilidad: Esta etapa se propuso fomentar que los colaboradores incluyan Degreed en sus agendas, educar a los colaboradores en el uso de la herramienta, seguir impulsando a los líderes y referentes de comunicación para que motiven a usar la herramienta.

Objetivos

- Dar a conocer degreed como una nueva experiencia de aprendizaje.
- Fomentar que todos los involucrados conozcan el funcionamiento de la herramienta y sientan deseo de incorporar el nuevo mindset como elemento clave en su desarrollo profesional.
- Incorporar Degreed como la herramienta de gestión del conocimiento de PAE, que hace sinergia con el Mindset definido y posibilita comunidades de aprendizaje y contenido colaborativo.
- Fomentar el alineamiento y Buy In en el top management y un correcto posicionamiento del proyecto en la Compañía para facilitar la adopción.
- Empujar para que el uso de degreed sea parte de la agenda de todos los colaboradores.
- Acompañar en la gestión de posibles barreras o resistencias al cambio.

Públicos y temáticas

- Líderes:
 - ¿Por qué Degreed?
 - Cambio en el mindset que requiere de compromiso y empuje del liderazgo.
 - Impacto en el negocio.
- Referentes de comunicación:
 - Importancia de su rol.
 - Motivación a usar la herramienta y fomentar buenas prácticas.
- Colaboradores:
 - Cambio en la forma de aprender.
 - Necesidad de lograr que puedan ponerlo en agenda.

CAMPAÑA: DEGREED

Pan American
ENERGY

Lineamiento creativo

El claim utilizado para la campaña fue “Fan de tu desarrollo” y la bajada respondió a “ser un fan de tu desarrollo es conectar con vos y con volver a sorprenderte”. Las diversas piezas de comunicación contemplaron los siguientes mensajes:

- Ser fan de tu desarrollo es disfrutar de tus éxitos, seguir tu carrera como seguís la de tu ídolo y alentarte a enfrentar nuevos desafíos.
- Ser fan de tu desarrollo es ser fan de degreed.
- Fan de una nueva experiencia de aprendizaje.
- Fan de conocer, de explorar, de sorprenderte.
- Fan de crecer.

EJECUCIÓN DEL PLAN

Acciones pre-lanzamiento con referentes de comunicación

1. Convocatoria: se comunicó a cada referente de comunicación que fue elegido para llevar a cabo este nuevo rol y se lo invita a participar del taller de bienvenida.

2. Taller de Bienvenida: reunión virtual de no más de 2 horas de duración donde se reúnen por primera vez todos los referentes de comunicación.

Contenidos:

- Charla inspiracional
- Taller a cargo de experto en comunicación con:
- Actividad lúdica para que se conozcan y empiecen a generar comunidad. A través de una dinámica en esta instancia, podrían ser ellos mismos quienes definan el nombre del rol.
- Explicación de su función, tareas y la importancia de este nuevo rol.
- acercarles las primeras herramientas necesarias para cumplir con su rol. aclarar todas las dudas que pudieran surgir en cuanto al rol, tiempo que les llevará, etc.

3. Creación grupo en Teams: se armó este grupo para facilitar el envío de información a los referentes de comunicación, compartir novedades y buenas prácticas.

CAMPAÑA: DEGREED

Pan American
ENERGY

4. Guía de uso: se diseñó una guía de uso con principales funcionalidades de degreed y buenas prácticas del rol de referentes de comunicación.

5. Invitación lanzamiento: comunicación del día de lanzamiento de degreed e incentivo a estar activos durante toda la semana del lanzamiento.

Acciones pre-lanzamiento con colaboradores

1. Gifs + E-card expectativa: piezas en las que se genere intriga acerca de lo que se viene.

2. Ambientación física y virtual: en oficinas, refinería y estaciones de servicio, con mensajes al estilo: “¿Te acordás la primera vez que saliste sin rueditas en la bici? Una nueva forma de aprender va a volver a sorprenderte”.

3. Para participantes de prueba piloto: pieza de agradecimiento por haber sido parte de la experiencia piloto y de la importancia de lo que hicieron. También se compartió un anticipo de que muy pronto se lanzará la herramienta a toda la compañía y que se contaba con que sigan usando la herramienta y motivando en sus entornos.

Acciones pre-lanzamiento con líderes

1. Video CEO: comunicación de sensibilización del CEO a VPS para anticiparles lanzamiento de Degreed, el impacto en el negocio y la importancia de contar con su apoyo.

2. Reuniones de VPs con líderes:

- Sensibilización de VPS a líderes para: anticiparles lanzamiento de Degreed; el impacto en el negocio; la importancia de contar con su apoyo y de que lo pongan en las agendas de sus equipos.
- Charla inspiradora: la importancia de seguir aprendiendo, motivar a aprender para innovar.

3. Guía de uso: desarrollo de una guía de uso con principales funcionalidades de Degreed y buenas prácticas del líder para fomentar la utilización de la herramienta.

CAMPAÑA: DEGREED

Pan American
ENERGY

4. Invitación lanzamiento: comunicación del día de lanzamiento de Degreed para incentivar a los colaboradores a estar activos durante toda la semana del lanzamiento.

Acciones lanzamiento colaboradores

- Video invitación a sumarse a Degreed con un CTA.
- E-card/GIF: recordatorio lanzamiento.
- Evento lanzamiento:
 - Influencer que comparte su experiencia en el mundo digital.
 - Referentes de Comunicación Degreed cuentas distintas funcionalidades, situaciones o anécdotas que vivieron desde que comenzaron a usar la herramienta.
 - Evento lanzamiento por Vicepresidencia con una introducción del VP del área para customizar que es lo que podrá encontrar de interés cada equipo dentro de la herramienta.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES DEL PROGRAMA

PAE es una compañía históricamente reconocida por sus programas de formación y, en esta línea, los cambios que sucedieron en los últimos tiempos llevaron a replantearse lo que se venía haciendo para acompañar los nuevos desafíos de esta era, y así fue como se decidió evolucionar hacia una experiencia de aprendizaje para potenciar el presente y trascender el futuro.

En búsqueda de acompañar la transformación requerida en el contexto global de la industria energética es clave el compromiso con el conocimiento.

La Fase 1 tuvo los siguientes resultados:

- Acceso a 4 millones de micro contenidos y 1.300 proveedores externos
- 500 colaboradores participaron del piloto
- 250 itinerarios de aprendizaje PAE
- 220 curadores de contenidos
- 75 habilidades
- Benchmark de calificaciones de Habilidades que apoyan al supply of Skills Curve = 1,245 ratings

CAMPAÑA: DEGREED

Pan American
ENERGY

- 354 contenidos compartidos

Seguidores:

- Promedio de seguidores (Followers) por usuario: 4
- Promedio que siguen a otros (Following) por usuarios: 7
- Usuarios seguidos por otros usuarios (Followers): 220
- Usuarios que siguen a otros usuarios (Following): 120

Progreso del Aprendizaje en Contenido completado:

- Promedio de finalizaciones por usuario: 12 ítems de contenido
- Finalizaciones a lo largo del tiempo por tipo de contenido

La Fase 2 tuvo los siguientes resultados:

- 2.760 colaboradores registrados en la plataforma
- 342 itinerarios de aprendizaje PAE
- 367 curadores de contenidos
- 478 habilidades
- 648 contenidos compartidos

Progreso del Aprendizaje en Contenido completado:

- Promedio de finalizaciones por usuario: 15 ítems de contenido