



**Pan American**  
**ENERGY**

PREMIOS EIKON 2024

## **TC2000: CAMINO A LA VICTORIA**

Pan American Energy | Categoría 14 - 14.2: Campaña de Influencers

Área:

**Vicepresidencia de Marketing**

Responsables del plan de comunicación:

**Cecilia Panetta**, *Directora de Marketing de AXION energy.*

**Nicolás Gatto**, *Gerente de Marketing de Unidad de Negocios de Lubricantes.*

**Elizabeth Andrade Oregaen**, *Analista de marca & comunicación de lubricantes Castrol.*

**Heliana Carames Del Sel**, *Especialista Campaign Strategist*

# TC2000: CAMINO A LA VICTORIA

Históricamente AXION energy acompañó a equipos de Súper TC2000 a través de su sponsoreo. Sin embargo, esta pasión evolucionó y en 2022 presentó su propio equipo de competición: AXION Energy Sport Team, que alcanzó el campeonato.

Para celebrar, se diseñó una campaña de comunicación 360° que tuvo como protagonista el lanzamiento de un contenido épico: el documental *Camino a la Victoria*.

## OBJETIVOS

- ✓ Presentar el AXION energy Team 2024.
- ✓ Consolidar la presencia de la marca en eventos de deportes de élite.
- ✓ Ratificar el posicionamiento de AXION energy como marca que brinda productos de calidad premium.
- ✓ Incrementar la visibilidad de su plataforma de streaming ON Stream con el documental
- ✓ Mejorar el engagement de las redes sociales de AXION energy y Castrol.

## ESTRATEGIAS

La campaña incluyó:

- ✓ Desarrollo del documental Camino a la Victoria.
- ✓ Evento de presentación del AXION energy Team 2024
- ✓ Lanzamiento del documental
- ✓ Acciones PNT
- ✓ Campaña en redes sociales
- ✓ Comunicados de prensa

## RESULTADOS DE LA CAMPAÑA

**37** Influencers y periodistas asistieron al evento, generando: **31** Contenidos **621 K** Alcance **4,15%** ER

### PAID MEDIA

**+18 M**

Impresiones

**+5 M**

Alcance

### CONT. ORGÁNICOS

**+1,9 M**

Reach

**0,06%**

ER

### MEDIOS

**26**

Repercusiones en medios

**+3,5 M**

VAP

**+90 K**

Reach





# SOMOS PAE

**PAN AMERICAN ENERGY (PAE) ES LÍDER DEL DESARROLLO ENERGÉTICO SUSTENTABLE DE LA REGIÓN. ES EL PRINCIPAL PRODUCTOR, EMPLEADOR E INVERSOR PRIVADO DE LA INDUSTRIA CON PRESENCIA EN ARGENTINA, BOLIVIA, BRASIL, MÉXICO, PARAGUAY Y URUGUAY. TIENE OPERACIONES DE UPSTREAM, MIDSTREAM Y DOWNSTREAM.**

Desarrolla yacimientos de petróleo y gas, 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. Comercializa combustibles con ultra bajo contenido de azufre y lubricantes de máxima calidad, a través de la marca AXION energy. Abastece al público general y a las industrias.

PAE 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 2023, 480.000 personas fueron beneficiadas con sus más de 250 programas y actividades de sustentabilidad.



## AXION ENERGY

AXION energy es una marca de Pan American Energy. A través de ella, PAE puede refinar, distribuir y comercializar combustibles con tecnología de vanguardia y la máxima calidad. A su vez, AXION energy participa del negocio de lubricantes a través de la marca Castrol, líder mundial en el rubro.

Todos los productos cuentan con certificado de calidad ISO 9001, y los lubricantes Castrol, están certificados bajo la norma IATF 16949. Para distribuirlos, AXION cuenta con cuatro terminales de carga de camiones en el país ubicadas en: Campana (Buenos Aires), Puerto Galván (Bahía Blanca), Caleta Paula (Santa Cruz) y San Lorenzo (Santa Fe).

La refinería que la marca tiene en la ciudad de Campana, la más moderna de Sudamérica y la única del país en producir todo el gasoil con ultra bajo contenido de azufre, alcanzando los más altos estándares mundiales.

## CONTEXTO

Históricamente AXION energy acompañó a equipos del **Turismo Competición 2000 (TC2000)** a través de su **sponsorío**. El TC2000 es una categoría de automovilismo deportivo que se disputa en Argentina desde 1979 y, desde entonces, ha sido una de las más importantes y populares de la región.

Sin embargo, esta pasión evolucionó y en 2022 presentó su propio **equipo de competición** dentro del automovilismo argentino, **AXION energy Sport Team**, que tuvo un gran debut y se consagró ganador del campeonato, hecho que repitió en 2023, alcanzando el **bicampeonato**.





El equipo, que competirá por otra nueva corona en 2024, está liderado por Marcelo Ambrogio y Alejandro Reggi, e integrado por Leonel Pernía, Facundo Aldrighetti, Matías Capurro y Figo Bessone, y promete emocionar a los aficionados del automovilismo con su desempeño en las pistas.

Este es el tercer año consecutivo en el que la línea de combustible premium de AXION energy, QUANTIUM, y los lubricantes Castrol acompañan al AXION energy Sport Team, consolidando la presencia de la marca en eventos de deportes de élite.

## **EL CASO: CAMINO A LA VICTORIA**

Para comunicar a los aficionados acerca del acompañamiento en 2024, se diseñó una **campaña de comunicación** que tuvo como protagonista el lanzamiento de un contenido épico: **el documental *Camino a la Victoria*, cuyo eje es la consagración del AXION energy Sport Team como bicampeones en el campeonato de TC2000.** Esta hazaña merecía ser contada de una manera diferente: desde adentro. Por eso, para comunicar la llegada de una nueva temporada, es que decidió lanzarse este documental con todo lo vivido por el AXION energy sport team, en la lucha por el bicampeonato.

Con 18 minutos de duración, se muestra la intimidad del equipo, en la busca de repetir la gloria, donde la perseverancia, y el trabajo en equipo son el motor de cada resultado e impulsan a los deportistas durante la competencia, buscando el mejor resultado.



## OBJETIVOS

- ✓ Presentar el AXION energy Sport Team en la temporada 2024.
- ✓ Consolidar y hacer recordable la presencia de las marcas en eventos de deportes de élite.
- ✓ Ratificar el posicionamiento de AXION energy y Castrol como marcas con productos de calidad premium y performance.
- ✓ Incrementar la visibilidad de su plataforma de streaming ON Stream con el documental, el primer contenido original de la marca.
- ✓ Mejorar el engagement de las redes sociales de AXION energy y Castrol.



## ESTRATEGIAS Y ACCIONES

La estrategia fue utilizar múltiples canales de comunicación para amplificar el alcance del lanzamiento del documental. Para ello, desarrolló una campaña 360 que incluyó:

- Desarrollo del documental *Camino a la Victoria*.
- Evento de presentación del AXION energy Sport Team para la temporada 2024 y lanzamiento del documental.
- Acciones PNT.
- Campaña en redes sociales
- Comunicados de prensa

### Desarrollo del documental *Camino a la Victoria*

El [documental](#), realizado por la productora Paradise y dirigido por su fundador Fernando Rubino, fue transmitido en **AXION On Stream**, su propia plataforma de streaming en la Argentina, disponible de manera gratuita para los clientes asociados al programa de descuentos y beneficios **ON**.



Filmado durante 10 días en las ciudades de Córdoba y Buenos Aires, dónde se desarrollaron los campeonatos, mostró la conformación del AXION energy Sport Team, las exigencias propias de la categoría más competitiva



del automovilismo y los desafíos que el equipo tuvo que atravesar a lo largo de las temporadas de 2022 y 2023 para obtener el bicampeonato.

El documental incluye, además, una mirada íntima de la vida de los pilotos. De hecho, narra parte de la vida de Leonel Pernía, quien fue elegido el mejor piloto de su categoría tras su historia de esfuerzo y superación, ya que sufrió una pericarditis horas antes de correr en una de las carreras. Asimismo, ofrece una mirada detrás de escena, profunda y emocionante de la última carrera en Alta Gracia. Tras ser visualizado en un evento de presentación, quedó cargado en la plataforma de AXION ON Stream para que los usuarios pudieran acceder a él.



### **Evento: presentación del AXION Sport Team 2024 y lanzamiento del documental**

AXION energy eligió su estación de servicio en Benavidez para, en febrero, presentar oficialmente a la prensa, a los directivos de la categoría y al equipo del TC2000.





El evento fue conducido por Pablo Epifanio, conductor de “Top Motor” en “El Garage TV”, quien además formó parte de la amplificación del documental a través de sus redes sociales y dedicándole una sección especial en su programa.

También allí se lanzó el cortometraje Camino a la Victoria para compartir el espíritu de gloria que se construyó en estos dos años de éxitos.

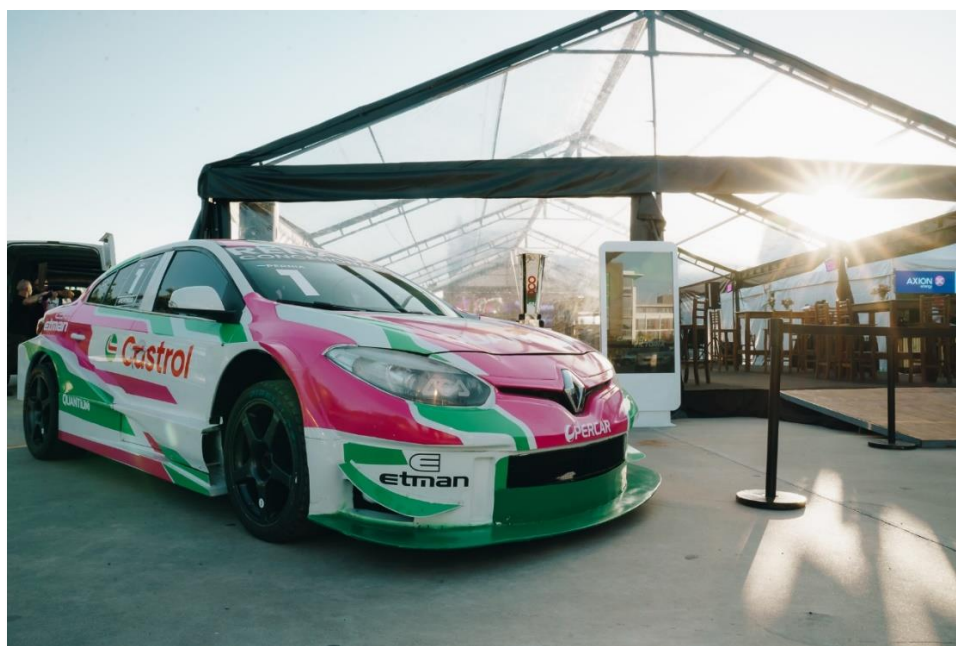
Y para seguir motorizando el orgullo de los equipos de la compañía, también se presentó al **Castrol-AXION energy MX Team, el equipo de motocross** que enumeró los desafíos que enfrentarán este año después de que su piloto Darío Arco se consagrara como campeón argentino de la categoría MX3 en 2023. Además, el equipo anunció que la reconocida piloto marplatense Guadalupe Alonso, se integrará al equipo para competir en el Campeonato Argentino de Motocross 2024, luego de haberse consagrado campeona de la categoría femenina del Enduro del Verano 2024.

Por parte de la compañía en el evento estuvieron Cecilia Panetta, gerente ejecutiva de Marketing de AXION energy; Javier Alaman, gerente ejecutivo de lubricantes Castrol; Sandra Yachelini, Luis Ayres Dupré, Guillermo Abraham, Diego Mouriño y Alejandro Floriani.

En total, hubieron 92 asistentes entre los que se incluyeron: directivos PAE, equipos AXION energy Sport Team & Castrol-MX Team, sponsors del AXION energy Sport Team, periodistas, influencers orgánicos, autoridades de la categoría TC2000, autoridades de la intendencia de Tigre, miembros de la productora Paradise y ganadores de un concursos que se realizaron de manera interna en la compañía y a través de la app Axion ON para asistir al Avant premiere.



Además, asistieron periodistas del nicho automotriz, lifestyle y cine, quienes realizaron entrevistas a los voceros, e influencers especializados en las mismas temáticas que fueron convocados de manera orgánica y realizaron una cobertura del evento a través de historias de Instagram. Además, a aquellos especializados en la industria del cine, se le brindó material para que realicen reseñas en sus redes sociales post evento.

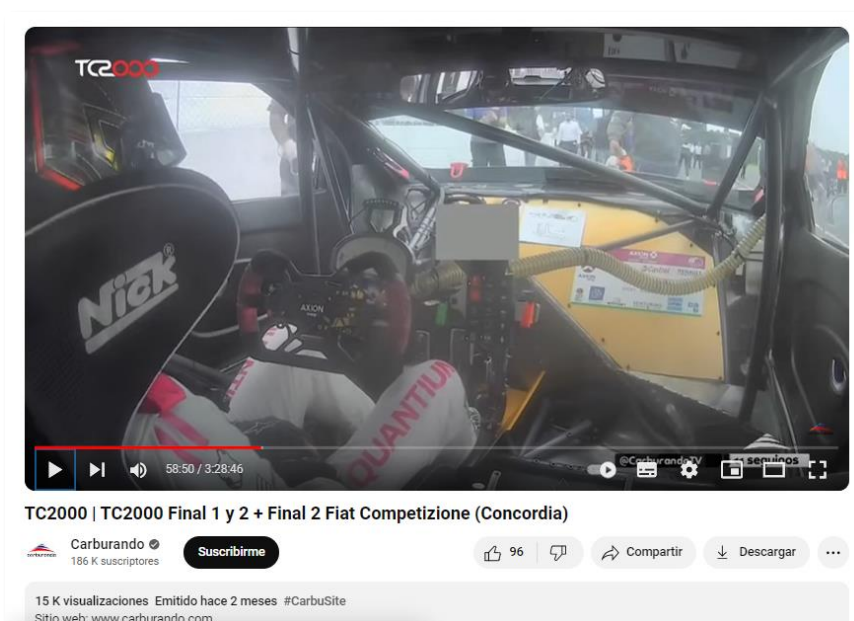




## Acciones PNT

Se realizó un PNT en vivo con el medio Carburando, programa donde se transmiten las carreras del TC2000 en exclusiva, en la fecha 1 del inicio de temporada.

Además del PNT, el medio realizó una amplificación a través de sus RRSS, en Twitter, Instagram y Facebook.



## Campaña en RRSS

Se realizaron acciones orgánicas y de paid media que incluyeron activaciones de influencers del mundo audiovisual y del automotriz, quienes cubrieron en redes sociales el evento de lanzamiento.

### Industria Automotriz:

- Martin Gallego
- Lucas Gerber
- Manu Miguens
- @kelo\_garage
- Brian López



- Gus Cajal
- Rorro Stunt
- Francisco Sonora

### Industria cinematográfica:

- cine\_a\_fondo (Nicolas Rezzano)
- cinemattew (Matías)
- fedeebongiorn0



En la **1° etapa**, previa al lanzamiento del documental, se realizó una **inversión de \$600.000** para pautar publicaciones en las redes oficiales de AXION energy y Castrol. Duró 10 días y fue dirigida a **hombres y mujeres de más de 18 años con intereses en el turismo carretera y el entretenimiento**. Para la **2° etapa**, posterior al lanzamiento, la **inversión fue de \$2.654.000** y, duró 30 días.

Por otro lado, se realizó el diseño y publicación de posteos orgánicos en las cuentas de Instagram y Facebook de AXION y Castrol (feed y stories) en las que se mostraban recortes del documental, invitando a la audiencia a





experimentar las vivencias de los pilotos a través de *Camino a la Victoria*. Para ello se usaron Teasers (pequeños adelantos) y Trailers del documental. Ambos tipos de contenidos cerraban con placas de “Camino a la Victoria” y logos de AXION energy y Castrol.



## Comunicados de prensa

Se realizó la difusión de dos comunicados de prensa: uno sobre la presentación del AXION energy Sport Team 2024; y otro acerca del lanzamiento del documental ajustando el enfoque de acuerdo a los medios especializados en la industria automotriz, de lifestyle y de cine.



### TC2000: Se presentó el Equipo AXION energy Sport para la Temporada 2024

16 Valvulas > Competición > TC2000: Se presentó el Equipo AXION energy Sport para la Temporada 2024  
28 febrero 2024

El equipo de competición AXION energy Sport hizo su presentación oficial para el TC2000 durante el lanzamiento del primer contenido original de AXION ON Stream: "Camino a la victoria".



### AXION Energy Sport presentó sus pilotos

Este fin de semana comienza el campeonato 2024 de TC2000 y la Copa Rookie Latam en Concordia.



### AXION ON Stream presenta su primer contenido original protagonizado por Leonel Pernía: "Camino a la victoria"

La consagración del AXION energy Sport en el campeonato de TC2000 constituye el eje del documental "Camino a la Victoria", el primer contenido original que llega a la plataforma de streaming de películas ON STREAM.



## RESULTADOS

### Evento

- > **27** periodistas del sector automotriz, lifestyle y cine asistieron al evento.
- > **10** influencers del sector automotriz, lifestyle y cine asistieron al evento. Realizaron **31** contenidos con un alcance estimado de **621.000 personas** y con un **Engagement Rate** de **4,15%**.
  - [Contenido de @kelo\\_garage.](#)
  - [Contenido de @guscajal.](#)
  - [Contenido de @fedeebongiorn0.](#)

### Acciones PNT

- > La amplificación de PNT en las Redes Sociales oficiales de Carburando, obtuvo:
  - > 13.4K de reproducciones en Instagram.
  - > 6K de reproducciones en Twitter.
  - > 489 reproducciones en Facebook.

### Campaña RRSS

- > **Paid Media**
  - La **1° etapa** generó más de **3.100.000** de impresiones y más de **1.700.000** de alcance.



- La **2° etapa** generó más de **15.600.000** de impresiones y más de **3.500.000** de alcance.

> **Contenido orgánico**

- **1.970.000** Total Reach.
- **1339** Total Engagement.
- **0.07% ER** (redes AXION) y **0.11% ER** (redes Castrol).

> Desde AXION energy se superó el **benchmark de Engagement y Alcance** vs. los últimos 3 meses.

> En la 1°etapa Castrol superó el objetivo de impresiones **casi en un 40%** y en lo referido al alcance se obtuvo un **4.29% más de lo estimado**.

> En la 2° etapa Castrol superó el objetivo de impresiones en **más del 100%** y se obtuvo un **73.31% más** de lo estimado en cuanto a alcance.

**Comunicados de prensa**

- > **26** repercusiones orgánicas (los principales medios fueron [16 válvulas](#), [Campeones](#), [Marketing Registrado](#)).
- > **+\$3.500.000** VAP.
- > **+90.000** Reach.