



Pan American
ENERGY

PREMIOS EIKON 2025

INFLUENCERS PAE

PAN AMERICAN ENERGY |
CAPÍTULO GENERAL

Categoría 14.02

Campaña de Influencers

ÁREA:

- > Vicepresidencia de Relaciones Institucionales
- > Vicepresidencia de Recursos Humanos

RESPONSABLES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN:

- > **Daniel Felici.**
Vicepresidente de Relaciones Institucionales
- > **Romina Cavanna.**
Vicepresidente de Recursos Humanos
- > **Martín Ancarola.**
Gerente Ejecutivo Regional de Comunicación Externa
- > **Victoria Traverso.**
Gerente Corporativa de Desarrollo de Talento
- > **Leticia Figueiras.**
Líder de Comunicación Institucional
- > **Cecilia Damiano.**
Gerente Corporativa Adquisición de Talento y Empleadora
- > **Agustina Etayo.**
Especialista de Comunicación Institucional
- > **Mercedes Vadillo.**
Especialista de Marca Empleadora
- > **Gonzalo Echevarria.**
Analista de Comunicación Institucional

INFLUENCERS PAE

En 2024, PAE lanzó la Comunidad de **Influencers PAE** con el objetivo de aprovechar el potencial de sus colaboradores como embajadores digitales para fortalecer la presencia y el posicionamiento de la compañía en LinkedIn. La iniciativa involucró a 95 colaboradores de distintas áreas y niveles jerárquicos, quienes generaron contenido auténtico y alineado con la marca de PAE para aumentar su visibilidad tanto dentro como fuera de la organización.

OBJETIVOS

1 EMBAJADORES PAE

Construir la imagen de los colaboradores como embajadores de PAE confiables y creíbles.

2 ENERGÍA QUE GENERA CONFIANZA

Mejorar la reputación corporativa y la percepción positiva de PAE.

3 ATRACCIÓN, DESARROLLO Y COMPROMISO

Contribuir con la atracción del talento y fortalecer a la organización como marca empleadora líder de la industria energética.

4 CULTURA PAE EN LA COMUNICACIÓN DIGITAL

Incorporar la innovación y la tecnología para comunicar la cultura organizacional de PAE.

ESTRATEGIA

- > **Selección de colaboradores** con potencial para convertirse en embajadores digitales.
- > **Capacitación y acompañamiento** a los seleccionados sobre buenas prácticas en LinkedIn, marca personal y personalización de mensajes para generar mayor autenticidad y cercanía.
- > **Gestión de campañas y elaboración de un calendario de publicaciones**, alineado a los valores de la compañía.
- > Implementación de un **sistema de reconocimiento y premiación** para incentivar la participación y compromiso de los influencers.
- > Revisión y **optimización continua de perfiles digitales** de los influencers.

RESULTADOS

39

campañas activas

872

posteos generados

2.670.000

personas alcanzadas

15.700

interacciones logradas

88%

de influencers activos

47%

promedio de participación

69.000

nuevos seguidores en el LinkedIn de PAE

- > **Fortalecimiento del orgullo de pertenencia** y la cultura de participación interna.
- > Mejora significativa en la autenticidad y cercanía de la comunicación, **fortaleciendo la confianza interna y externa hacia la marca.**



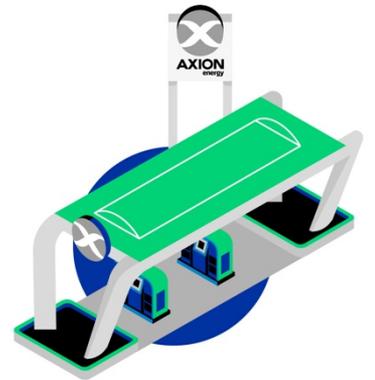
SOMOS PAE

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.

CONTEXTO

PAE es una compañía con más de 23.000 colaboradores, entre directos e indirectos, que poseen una percepción única sobre la empresa. Muchos de ellos comparten en sus redes sociales sus experiencias, ayudando a construir una imagen de la compañía. En un contexto donde la información circula rápidamente y la autenticidad se vuelve cada vez más valorada, estas voces se transforman en un activo muy poderoso para una compañía.

De hecho, en LinkedIn hay estadísticas que muestran que los contenidos compartidos por empleados se perciben **ocho veces más auténticos** y tienen **siete veces más probabilidades de generar acciones positivas**, en comparación con los compartidos por la propia empresa. Además, los colaboradores



son un 60% más propensos a seguir a sus propios compañeros y 14 veces más afines a compartir contenido institucional, lo que se asocia con un 26% más de retención de talento.

EL CASO

En 2024, desde la VP Corporativa de Relaciones Institucionales y con el apoyo de la Gerencia de Talento y Marca Empleadora de la VP de Recursos Humanos, se lanzó la **Comunidad de Influencers PAE**. Esta iniciativa, integrada por **95 colaboradores** representativos de todas las áreas, niveles jerárquicos y Unidades de Gestión (Buenos Aires, Neuquén y Chubut), se propuso generar y amplificar de manera orgánica y estratégica contenido relevante que refleja el liderazgo de la compañía. El programa representa un modelo win-win, ya que mientras PAE gana mayor presencia en redes y mejora su reputación, los empleados fortalecen sus marcas personales y elevan sus perfiles profesionales en LinkedIn.

¿Por qué LinkedIn?

Con 1.000 millones de usuarios en todo el mundo, LinkedIn es la red social profesional más influyente. Hoy resulta esencial para atraer talento, construir y mejorar la cultura y reputación, dar a conocer novedades, llegar a nuevos públicos, entre otros. En este contexto, se identificó la oportunidad de aprovechar las ventajas profesionales que ofrece esta red social para fortalecer la presencia de PAE por medio de sus colaboradores como promotores voluntarios y auténticos, generando confianza y mayor credibilidad.

PÚBLICOS

- > Comunidad digital de LinkedIn.
- > Competencia.
- > Colaboradores de PAE.
- > Profesionales interesados en trabajar en PAE.

OBJETIVOS

Objetivos generales

- > Construir la imagen de los colaboradores como **embajadores de PAE confiables y creíbles**, que fortalezcan su transparencia y la de la compañía en LinkedIn.
- > Mejorar la reputación corporativa y la percepción positiva de PAE ante públicos internos y externos.
- > Contribuir con la atracción, fidelización y compromiso del talento y fortalecer a la organización como marca empleadora líder de la industria energética.
- > Incorporar la innovación y la tecnología para comunicar la cultura organizacional de PAE.

Objetivos específicos

- > Conformar una comunidad de embajadores digitales con por lo menos 70 colaboradores y con un promedio de participación activa mayor al 45%.
- > Incentivar la participación de colaboradores de todas las áreas y niveles jerárquicos para lograr diversidad y representatividad en la comunidad.
- > Capacitar a los influencers PAE brindándoles herramientas para desempeñar su rol.

ESTRATEGIA

PAE decidió fortalecer su presencia en LinkedIn convirtiéndolos en amplificadores de contenido corporativo, capaces de potenciar la conversación sobre actividades y logros de la compañía. Para ello, se realizó una **revisión de la presencia digital** de los futuros participantes y se seleccionaron personas de distintas áreas que demostraban **potencial e interés en participar**, y se los invitó a sumarse al programa.



Influencers PAE se gestiona a través de la herramienta Advocates PRO. Aquí, los embajadores crean su perfil, reciben campañas con contenidos predefinidos por el equipo de Comunicación Externa de PAE y los comparten en LinkedIn. La plataforma permite tener un seguimiento del alcance de cada participante y de cada campaña, las interacciones, la participación, entre otras métricas.

Cada campaña incluye una imagen o video y un copy alineado con la marca, pensado para resaltar el liderazgo, la cultura y las operaciones de la compañía. Los temas abarcan desde novedades institucionales y programas corporativos hasta iniciativas de marca empleadora. Si bien el contenido base ya está elaborado, los embajadores pueden personalizarlo: para adaptarlo a su propio estilo.

La estrategia definida consistió en lanzar la comunidad de influencers PAE con 95 integrantes durante 2024 que reflejaran la diversidad de los equipos de la compañía. Para ello se pusieron en marcha dos etapas.

Etapa 1 | Prueba piloto en enero

Se convocó a 25 colaboradores provenientes de diversas áreas clave, como Relaciones Institucionales, Recursos Humanos, Tecnología de la Información (TI) y Operaciones. Se eligieron aquellos que ya mostraban una activa participación en LinkedIn y un genuino interés por compartir y conocer las novedades de la compañía. De esta manera, se buscó formar un grupo diverso y comprometido.

A todos ellos se les entregó un **obsequio de bienvenida** y recibieron una **capacitación especializada sobre el uso estratégico de LinkedIn**. Paralelamente, fueron incorporados a un **canal exclusivo en Teams**, que facilitó la comunicación directa. Para incentivar la participación activa y reconocer el compromiso, se implementó un reconocimiento mensual



Los participantes tienen la alternativa de **crear su propio contenido** y subirlo a LinkedIn a través de la plataforma, donde podrán obtener métricas del mismo.

basado en el sistema de puntos que ofrece Advocates PRO que midió el porcentaje de participación de cada uno, con el objetivo de premiar a los más destacados y comprometidos.



Los puntos se otorgan en relación a las publicaciones e interacciones totales en el periodo.

Etapas 2 | Ampliación en abril

Se invitó a todos los colaboradores en Argentina a sumarse a la comunidad a través de publicaciones en Viva Engage, la intranet de PAE. De todas las solicitudes, se seleccionaron 70 nuevos integrantes, alcanzando un total de **95 influencers**. Además, se llevó a cabo un kickoff con **capacitaciones digitales**, donde se compartieron consejos sobre LinkedIn, marca personal y materiales gráficos. También se llevaron a cabo **sesiones fotográficas** y se diseñaron **portadas** para que todos pudieran actualizar sus perfiles en la red social.

Influencers PAE
¿Querés renovar tu foto de perfil?

Te invitamos a un desayuno y una breve sesión de fotos, para que puedas actualizar tu LinkedIn.

📅 **Miércoles 25 de septiembre**
 🕒 **De 10:00 a 13:00 hs.**

Podés acercarte en cualquier momento de la franja horaria, la toma de las fotos tomará aproximadamente 10 minutos.

Por favor, aceptá la cita para confirmar tu asistencia.

¡Te esperamos!

ESPACIOS QUE LES BRINDAMOS A NUESTROS INFLUENCERS

Sesiones de fotos para renovar la imagen de perfil

¿QUERÉS SER UN Influencer PAE?

PERSONAS CON BUENA ENERGÍA

Si querés compartir nuestra energía a tus contactos en LinkedIn, te invitamos a participar de este programa piloto.

📱 🗨️ 📄 📌

HACÉ **CLICK ACÁ**
 Y EMPEZA A COMPARTIR NUESTRA ENERGÍA

SOMOS PAE

otras) para evaluar el desempeño de la comunidad y de los contenidos ofrecidos, e identificar oportunidades de mejora.

Se compartió con los influencers un **informe de resultados** con el rendimiento individual y grupal de los primeros meses, que incluyó información, como cantidad de campañas en las que se participó, porcentaje de participación y alcance. También les ofrecieron nuevas recomendaciones para mejorar sus publicaciones y perfiles personales, junto con un documento con Respuestas a Preguntas Frecuentes (Q&A), para que puedan responder a sus seguidores en caso de que lo necesitaran.

RESULTADOS

Fomentar que los propios colaboradores sean embajadores de la empresa y amplifiquen sus historias en sus redes personales no es solo una estrategia: es una forma de conectar desde lo social y consolidar la confianza que sustenta la imagen de PAE a la vez que fortalecer el sentido de pertenencia.

Los resultados del 2024 superaron las expectativas:

SE CREÓ UNA COMUNIDAD DIVERSA

**84 influencers
activos**

(88% con respecto a los invitados
totales)

47%

De participación (superior
al benchmark de la plata-
forma, que es del 45%).

CAMPAÑAS

39

Campañas de contenidos. Un
promedio de más de 3 por mes.

872

Contenidos fueron compartidos por los influencers

15.790

Total de interacciones

2.670.000

Alcance de usuarios de LinkedIn

CRECIMIENTO EN LINKEDIN

El perfil corporativo de PAE pasó de tener 301.100 seguidores a 370.000; es decir que casi **69.000 perfiles nuevos** se interesaron por la compañía. El programa Influencers PAE fue una pieza clave para contribuir a este resultado, junto con las otras campañas que desarrolló la compañía para potenciar su presencia digital.



Los contenidos que generaron la mayor interacción estuvieron relacionados con la operación de Cerro Dragón en Golfo San Jorge, el lanzamiento del Complejo Eólico Novo Horizonte en Brasil y el Programa de Pasantías Nacionales de PAE.

Esta iniciativa favoreció el conocimiento de los colaboradores sobre la compañía, facilitó nuevas conexiones, destacó al talento en PAE y fomentó una cultura de participación, fortaleciendo el orgullo de pertenencia. Asimismo, demostró que una comunicación personalizada y sincera es mucho más creíble que cualquier campaña tradicional, porque detrás hay una persona que **conoce y forma parte de la cultura y los valores de la empresa**. Cuando los empleados se convierten en embajadores, la



reputación de la compañía se fortalece, la marca se humaniza y se construyen vínculos auténticos con la comunidad.