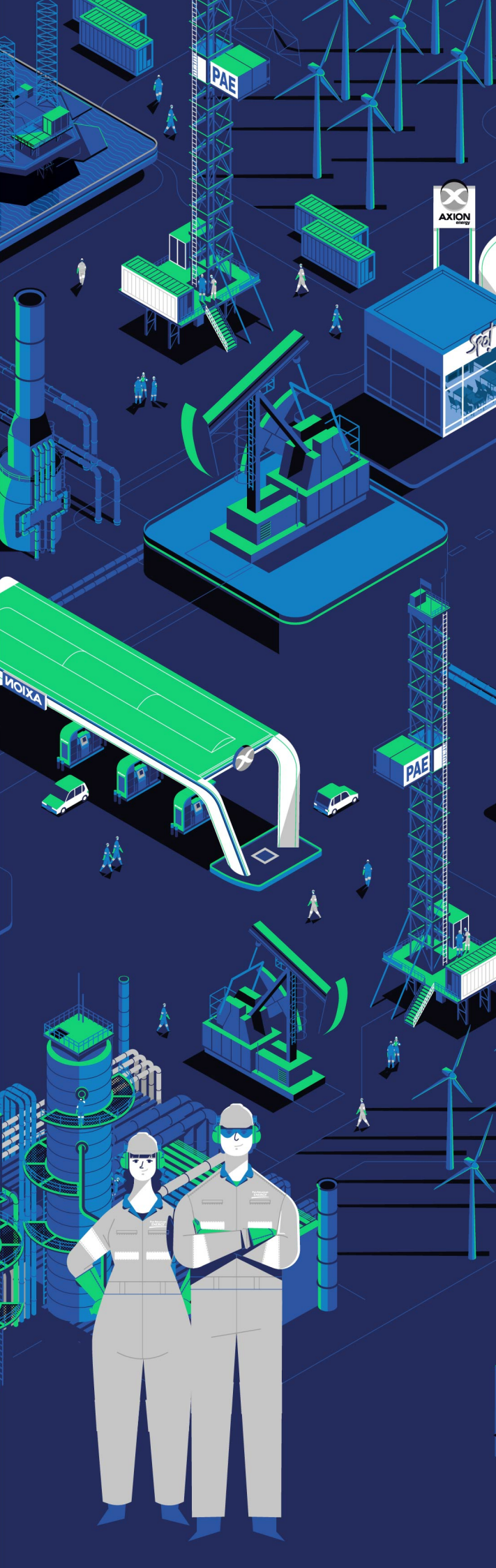




Pan American
ENERGY

PREMIOS EIKON 2025

CAMPAÑA PROGRAMA PYMES PAE 2024

PAN AMERICAN ENERGY |
CAPÍTULO GENERAL

Categoría 2.8

Sustentabilidad de Proveedores

Categoría 13.

Campaña Digital, web, social media
y digital móvil

Categoría 14.1

Campaña Social Media

Categoría 18.1

Publicaciones institucionales/multimedia,
campaña general

ÁREA:

Vicepresidencia de Relaciones Institucionales

RESPONSABLES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN:

- | | |
|---|--|
| > Daniela Antoci.
<i>Gerente de Sustentabilidad</i> | > Anabella Castillo.
<i>Especialista de
Comunicación
Institucional</i> |
| > Leticia Figueiras.
<i>Líder de Comunicación
Institucional</i> | > Clara Listre.
<i>Analista Senior de
Sustentabilidad</i> |

PROGRAMA PYMES PAE

Pan American
ENERGY

El Programa Pymes PAE, con 19 años de trayectoria, implementó en 2024 una campaña estratégica integral destinada a posicionarse como referente y líder en capacitación y acompañamiento para el ecosistema empresarial argentino. Con el objetivo de aumentar el conocimiento y promover la cercanía con las audiencias, mostró el propósito e impacto del programa para construir una relación de confianza sólida. Además, se buscó consolidar una comunidad activa y comprometida que facilite el intercambio y la conexión entre emprendedores, empresarios, profesionales y actores clave del sector.

OBJETIVOS

1 POSICIONAMIENTO

Posicionar al Programa Pymes PAE como líder en la capacitación y apoyo a emprendedores y pymes.

2 IDENTIDAD Y MISIÓN

Aumentar el conocimiento del programa reflejando su identidad, misión e impacto para construir una relación de confianza con el ecosistema.

3 PARTICIPACIONES

Dar a conocer las capacitaciones, participación en eventos y actividades realizadas por el programa.

4 RESULTADOS Y EFECTIVIDAD

Visibilizar el impacto y resultados concretos mediante cifras, testimonios y casos de éxito que refuercen la credibilidad acerca de la efectividad del programa.

ESTRATEGIA

- > **Definición** de pilares de contenido con identidad visual propia que se diferenciara de las comunicaciones a la que suele estar asociada la industria.
- > **Desarrollo** de contenidos en redes sociales con diversidad de formatos para adaptar el mensaje según plataforma y audiencia.
- > **Difusión** de testimonios, historias de éxito y acciones concretas del programa.
- > **Uso de efemérides y fechas especiales** para crear contenidos temáticos que aumenten la visibilidad y resonancia.
- > **Comunicados de prensa y contents** para aumentar el alcance y la visibilidad de la marca en medios relevantes.

RESULTADOS

128

Contenido
En RRSS

+256K

Interacciones

+988K

Impresiones

2

Branded
Content

27

Impactos
orgánicos

+1M

Audiencia

+3M

VAP



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 2024, 390.000 personas fueron beneficiadas con sus más de 134 programas y actividades de sustentabilidad.



CONTEXTO

PAE desarrolla e implementa una estrategia de sustentabilidad basada en el desarrollo sostenible, con el objetivo de ser un activo motor de crecimiento para las comunidades cercanas a sus operaciones. En ese sentido, enfoca sus esfuerzos en cuatro ejes clave: educación y cultura, ambiente, salud y deporte, y desarrollo local. Este último tiene como principal misión potenciar a pequeños emprendedores mediante programas con asesoramiento técnico y financiero para expandir el entramado productivo local.

Argentina es el quinto ecosistema emprendedor más importante de América Latina y ocupa el puesto 47 a escala mundial. Existen aproximadamente 1.700.000 Pymes registradas, según datos de la Secretaría de Industria y Desarrollo Productivo del Ministerio de Economía de la Nación. Estas empresas representan el 99,4% del total de empresas del país y desempeñan un papel fundamental en el empleo, generando alrededor del 66% de los puestos de trabajo. Si bien los emprendedores tienen grandes expectativas de sus negocios, necesitan más herramientas para gestionar y potenciar tanto sus ideas como las nuevas tecnologías en el marco del crecimiento nacional e internacional.

Entendiendo esta realidad en el país, PAE reconoce la importancia de contar con un ecosistema de pymes locales para seguir liderando la industria energética de manera competitiva. Así nace el **Programa Pymes PAE**, que busca fortalecer al empresariado y a los emprendedores regionales de todos los sectores productivos, sean o no proveedores de la compañía. El programa cuenta con casi dos décadas de historia y se desarrolla actualmente en las ciudades donde PAE opera: Chubut, Santa Cruz, Neuquén, Salta y Buenos Aires. Abarca **seis líneas de trabajo estratégicas**: asistencias técnicas, capacitaciones abiertas, desarrollo de nuevos emprendedores,



desarrollo de bienes y servicios, acceso al financiamiento e internacionalización. En 2024, con el objetivo de destacar y poner en valor todo este esfuerzo, se lanzó una campaña de comunicación especialmente diseñada para resaltar el programa y sus logros.

EL CASO

PAE diseñó una campaña de comunicación enfocada en generar empatía, confianza y un profundo reconocimiento del programa como motor de crecimiento, innovación y sustentabilidad en el sector. Para ello, usó formatos adaptados a plataformas como Instagram, Facebook y LinkedIn, incluyendo stories, carruseles, animaciones y encuestas interactivas. También se rediseñó el sitio web de PAE como un espacio centralizado para consolidar múltiples contenidos.

Además, la campaña tuvo dos hitos claves a lo largo del año: el Día de las Pymes y las misiones comerciales a Estados Unidos y Brasil, en el marco del eje de la Internacionalización de las pymes, que tuvieron su propia difusión y cobertura mediática.

PÚBLICOS

- > **B2C (Business to Consumer):** profesionales, empresarios, emprendedores, público general.
- > **B2B (Business to Business):** participantes del programa, potenciales participantes, líderes en pymes.
- > **Gobierno y organismos públicos:** entidades que apoyan programas que fomentan el crecimiento económico y la sostenibilidad de las pequeñas y medianas empresas.

OBJETIVOS

Generales

- > **Posicionar** al Programa Pymes PAE como referente y líder en capacitación y acompañamiento para el ecosistema empresarial y emprendedor argentino.
- > **Aumentar** el conocimiento del programa reflejando su identidad, misión e impacto para construir una relación de confianza con emprendedores y pymes.
- > **Consolidar** una comunidad activa y comprometida que facilite el intercambio entre emprendedores, profesionales y actores del ecosistema.

Específicos

- > **Visibilizar el impacto y resultados concretos del programa** mediante cifras, testimonios y casos de éxito que refuercen su efectividad.
- > **Promover la participación en capacitaciones, eventos y actividades** comunicando de forma clara la oferta académica disponible.
- > **Mantener informados a los públicos de interés sobre novedades y actualizaciones** mediante contenidos periódicos.

ESTRATEGIA Y ACCIONES

En 2024, el Programa Pymes PAE buscó generar impacto a través de una renovada identidad visual con un mix de estilos, colores pasteles y la aplicación tecnologías y herramientas como: 3D, 2D, ilustraciones y fotografías que interactuaron entre sí para lograr una composición llamativa y directa.

Se diseñaron contenidos que abordaron en distinta medida las **seis líneas de trabajo** del programa mencionadas anteriormente. Además, se apeló a un tono más cercano -a diferencia del tipo de comunicación a la que suele estar asociada



la industria- y se utilizaron colores que se desprendieron de la propia paleta de colores del manual de marca de PAE.



Con estos contenidos se priorizó la construcción de credibilidad y el vínculo emocional con la audiencia, sin dejar de lado la acción y la **capacitación**. En ese sentido, el objetivo fue informar a las pymes y emprendedores sobre las nuevas capacitaciones que el programa iba lanzando de manera progresiva, buscando mantenerlos constantemente actualizados y motivarlos a participar de las oportunidades de formación disponibles. Para ello, los mensajes en las piezas fueron claros y directos, destacando la información clave como fecha, modalidad y contenido de cada curso. Así como también, las indicaciones claras sobre cómo participar.





DOCUSERIES

Los testimonios y relatos de la comunidad resultaron fundamentales para construir confianza y mostrar experiencias reales. Se desarrollaron dos **docuseries** específicas en **YouTube** con casos de proveedores de PAE como [Hydro Solution](#) y [Equipel](#), quienes pudieron contar en primera persona su experiencia como parte del programa.

También se realizaron **videos teaser sobre estos capítulos** para profundizar en el impacto del programa, mientras que las **publicaciones con tips, recomendaciones y buenas prácticas** fueron concretas para facilitar la comprensión, aplicación e impacto en otras redes sociales. En este sentido, se incluyeron tanto contenidos estáticos como animados para mantener variedad y dinamismo.

CAMPAÑA MES DE LAS PYMES

Como parte de la estrategia se aprovechó el uso de **efemérides y fechas especiales** para crear contenido temático que conectara con el público en momentos relevantes, logrando mayor visibilidad y resonancia del programa.

En el marco del día de las pymes -27 de junio de 2024- se decidió desarrollar una campaña a lo largo de todo el mes en redes sociales (Instagram, Facebook, LinkedIn y la [Fan Page de Facebook de PYMES](#)) y medios de comunicación como [Infobae](#) y [La Nación](#), que puso en valor el programa.

El foco estuvo puesto en presentar al programa de manera cercana y humana, mostrando quiénes son, qué hacen y por qué. Además, se buscó dar protagonismo a expertos y socios estratégicos para mostrar el conocimiento y liderazgo del programa en la capacitación y el acompañamiento a emprendedores y pymes.

Se concretó a través de testimonios que fortalecieron la credibilidad respecto a las virtudes y beneficios del programa bajo el claim «*Escuchemos al motor del país*». Las piezas de comunicación se diseñaron bajo el formato de **audiopost** y contaron con la participación de referentes de PAE y las pymes contando su experiencia, su situación actual y el vínculo con el programa. De esta manera, se reflejó el impacto real en los emprendedores como el compromiso de los colaboradores de PAE a la hora de apoyar el crecimiento sustentable y la innovación dentro del sector.



JUNIO MES DE LAS PYMES Escuchemos al motor del país  Leonardo Romero Gerente de SGA SRL "SGA nació con el servicio de desparafinado de líneas de conducción a Pan American Energy. Empezamos con 75 personas y hoy ya somos más de 100." PROGRAMA PYMES PAE Pan American ENERGY	JUNIO MES DE LAS PYMES Escuchemos al motor del país  Cristian G Mansilla Gerente Comercial de Ecosol SRL "Somos una empresa nueva de Argentina en la búsqueda de ampliar horizontes. Estamos preparados, y ya exportamos nuestros primeros servicios." PROGRAMA PYMES PAE Pan American ENERGY	JUNIO MES DE LAS PYMES Escuchemos al motor del país  Diego A. Segovia Coordinador General de Aporta SRL "Contamos con la única escuela de soldadura del país con desarrollo de alta tecnología. Esto nos permite participar en grandes proyectos nacionales y reconocimientos internacionales." PROGRAMA PYMES PAE Pan American ENERGY
JUNIO MES DE LAS PYMES Escuchemos al motor del país  David Varela Responsable Técnico Operativo de Luzes SRL "Es importante para nosotros trabajar con PAE, son uno de los principales productores de gas y petróleo de la zona. A través del programa logramos tener un mejor estudio de nuestros costos y una mejor rentabilidad." PROGRAMA PYMES PAE Pan American ENERGY	JUNIO MES DE LAS PYMES Escuchemos al motor del país  Daniela Antoci Gerente de Subcontratación de PAE "La capacidad de las pymes para generar empleo local, fomentar la innovación y adaptarse rápidamente a los cambios del mercado los convierten en grandes motores de crecimiento." PROGRAMA PYMES PAE Pan American ENERGY	JUNIO MES DE LAS PYMES Escuchemos al motor del país  Clara Listre Responsable del Programa Pymes PAE "Los principales desafíos que tienen las pymes para su crecimiento son la capacitación continua en nuevas tecnologías, acceso a nuevos mercados de crédito para ampliar su stock de insumos y la digitalización de nuevos procesos." PROGRAMA PYMES PAE Pan American ENERGY



En cuanto a los **branded content**, fueron diseñados para resaltar el impacto del programa y su relevancia abordando tanto el desarrollo local como la proyección internacional de las empresas. En el artículo de La Nación, titulado «Junio, mes de las PYMES: Conocé el programa que las impulsa a tender redes internacionales», se detalló cómo las pequeñas y medianas empresas pueden acceder a nuevas oportunidades en mercados globales. Por otro lado, el contenido en Infobae, «Pymes: Cómo lograr el desarrollo local y la proyección internacional», ofreció una visión sobre las herramientas y recursos que el programa pone a disposición para las empresas que buscan expandir sus horizontes.

INTERNACIONALIZACIÓN DE PYMES

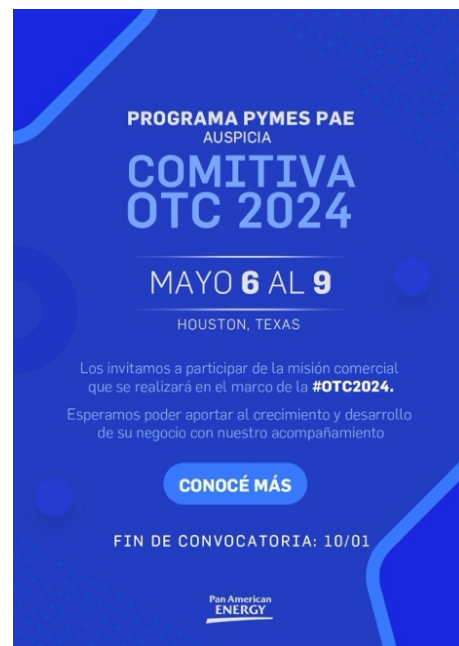
Tal como se mencionó anteriormente, una de las seis líneas de trabajo del programa es el eje de **internacionalización**. El mismo se basa en el desarrollo de capacitaciones, asesoramiento y acompañamiento para que empresas argentinas tengan acceso a mercados extranjeros con éxito, disminuyendo las barreras de entrada. El objetivo es potenciar el perfil exportador de las pymes y que de esta manera desarrollen una mirada que trascienda el sector energético y el mercado nacional.

Durante el año PAE participa de dos actividades cruciales para impulsar y acompañar la expansión de las pymes con potencial a mercados del exterior: de la Offshore Technology Conference (OTC), que se realiza en mayo en Houston, Texas, y de la Rio Oil & Gas que se realiza en septiembre en Río de Janeiro, Brasil. En ambos viajes PAE invita a pymes a participar de las ferias y es la encargada de diagramar la logística que ambos eventos implican.

Ambos eventos se transforman en un momento clave para la comunicación del programa. En este sentido, se diseñaron invitaciones para las pymes seleccionadas y contenidos en



las RRSS con un videos de recapitulación de lo que fueron ambas experiencias.



Asimismo, se difundieron **comunicados de prensa** sobre ambos viajes, destacando el acompañamiento de PAE a las empresas. Estas fueron publicadas en medios de Economía como [BAE Negocios](#), así como también en medios especializados y locales.



ECOSISTEMA DIGITAL: SITIO WEB

Durante todo el año la estrategia digital se apoyó en un ecosistema de medios y canales digitales seleccionados para alcanzar a las distintas audiencias de manera efectiva y generar un alto impacto. Las **redes sociales** jugaron un rol clave para visibilizar testimonios, historias de éxito y las acciones concretas que realiza el programa.

Además, se rediseñó la [sección específica](#) en el **sitio web de PAE** como un espacio centralizado para consolidar múltiples contenidos relevantes del Programa Pymes PAE. En este apartado se actualizó la página de inicio, donde se presentó el programa junto con sus objetivos y los principales ejes de trabajo. También se mostraron los resultados e impacto acumulados durante sus 19 años de trayectoria, ofreciendo una visión clara y contundente del alcance obtenido. Además, para enriquecer el contenido, se subieron todas las [docuseries](#) realizadas con el fin de aportar historias inspiradoras y casos concretos. Por último, se fue actualizando la sección novedades del sitio de PAE con las [noticias del programa](#).

RESULTADOS

La campaña del Programa Pymes PAE logró resultados significativos en términos de visibilidad, confianza y fortalecimiento. Gracias a una estrategia de comunicación efectiva, pudo reforzar su identidad, misión y valores, además de posicionarse como un referente en capacitación y apoyo a pymes. Las distintas acciones permitieron generar un vínculo con la audiencia y motivar la participación en actividades clave. De esta manera el programa se afianza como un aliado estratégico para las pequeñas y medianas empresas que se encuentran en las ciudades donde PAE opera.



NÚMEROS GENERALES

128	13.502	256.880	988.520
Posteos	Seguidores totales	Interacciones	Impresiones

CAMPAÑA MES DE LAS PYMES

La campaña por el Día de las PYMES, que tuvo una duración de **un mes**, resultó exitosa en términos de alcance e impresiones. Los branded content en medios Tier1 aumentaron el alcance, mientras que los testimonios en video fueron los más efectivos en términos de interacciones.

9	]	1 carrusel + 6 testimonios + 2 publicaciones en redes de las notas en medios (LN e Infobae)
Total de contenidos		

28 posteos **4** stories

853.110	660.115	169.470
Impresiones	Alcance	Interacciones
4.510	120	\$133.206,77
Reacciones	Clics	Inversión Total



BRANDED CONTENT INFOBAE

26.451

Páginas vistas

Amplificación en RRSS

Instagram
31.444

Impresiones

Facebook
3.235

Impresiones

X
5.891

Impresiones

Linkedin
340

Impresiones

BRANDED CONTENT LA NACIÓN

22.371

Páginas vistas

Amplificación en RRSS

Instagram
28.399

Impresiones

Facebook
4.007

Impresiones

X
4.984

Impresiones

Linkedin
402

Impresiones



IN HOUSE >

Pymes: cómo lograr el desarrollo local y la proyección internacional

Un programa de PAE viene empoderando a pequeñas y medianas empresas argentinas mediante capacitaciones, acceso a tecnología, financiamiento y asesoría desde hace casi dos décadas. Qué oportunidades ofrece a sus participantes

25 Jun, 2024 00:01 a.m. AR



PUBLICIDAD

AD

CAMPAÑA DOCUSERIES

La campaña tuvo un impacto significativo en términos de visibilidad y participación. Las stories funcionaron más como complemento e invitación a ver los videos completos que resultaron ser mucho más efectivos para captar la atención del público.

Contenido
publicado

14 publicaciones
6 stories

1.160.461

Impresiones
Totales

814.263

Alcance

110.603

Interacciones

1.162

Reacciones

2.168

Clics

12

Compartidos

\$193.763,73

Inversión Total



Docuserie: Equipel

Video

17/09

Orgánico + pago



Pymes

Impresiones: 74.921
Alcance: 74.921
Interacciones: 5.334
Reacciones: 15
Reproducciones: 68.832
Invertido: \$8.625



Impresiones: 8.025
Interacciones: 8
Reacciones: 8
Reproducciones: 2.369
Invertido: \$5.239



Impresiones: 155.796
Alcance: 125.672
Interacciones: 20.741
Reacciones: 132
Reproducciones: 132.041
Invertido: \$48.624,73



Impresiones: 240.385
Alcance: 171.746
Interacciones: 26.193
Reacciones: 111
Reproducciones: 212.802
Invertido: \$48.625



Impresiones: 20.105
Interacciones: 985
Reacciones: 175
Reproducciones: 7.737



Impresiones: 75.385
Alcance: 68.990
Interacciones: 201
Reacciones: 12
Reproducciones: 26.329
Invertido: \$8.178,31

FILE
Inteligencia de

Octubre 2024

Docuserie: HydroSolution

Video

02/10

Orgánico + pago



Pymes

Impresiones: 18.862
Alcance: 15.084
Interacciones: 11.095
Reacciones: 26
Reproducciones: 17.993
Invertido: \$8.625



Impresiones: 7.613
Interacciones: 6
Reacciones: 6
Reproducciones: 2.369
Invertido: \$8.596,92



Impresiones: 31.661
Alcance: 23.909
Interacciones: 9.911
Reacciones: 250
Reproducciones: 29.574
Invertido: \$8.624,77



Impresiones: 503.842
Alcance: 327.319
Interacciones: 35.194
Reacciones: 178
Reproducciones: 234.144
Invertido: \$48.625



Impresiones: 16.005
Interacciones: 829
Reacciones: 161
Reproducciones: 5.559



Impresiones: 607
Interacciones: 17
Reacciones: 4
Reproducciones: 156
Invertido: \$8.178,31

FILES
Inteligencia digital

INTERNACIONALIZACIÓN

Prensa

Feria Rio Oil & Gas

4

Publicaciones

\$660.044

VAP aproximado

321.500

Audiencia

Conferencia OTC

23

Publicaciones

\$2.756.840

VAP aproximado

724.040

Audiencia



Redes Sociales

Recap Rio Oil & Gas

101.408	35.433	\$21.147
Impresiones	Interacciones	Inversión

Recap OTC 2024

FacebookInstagram

69.353	74.415
Alcance	Alcance
86.914	86.108
Impresiones	Impresiones
27	82
Reacciones	Reacciones
6.667	5.163
Interacciones	Interacciones
69.776	76.517
Reproducciones	Reproducciones
9,61%	6,93%
ER	ER



Facebook Pymes

7.866

Alcance

8.765

Impresiones

12

Reacciones

6.125

Interacciones

8.320

Reproducciones

77,86%

ER

Linkedin

10.361

Alcance

15.933

Impresiones

153

Reacciones

805

Interacciones

6.922

Reproducciones

7,76%

ER