



Pan American  
**ENERGY**

PREMIOS EIKON 2025

# HISTORIAS DE ESTACIÓN

PAN AMERICAN ENERGY |  
CAPÍTULO GENERAL

**Categoría 06.**

Comunicación de Identidad Corporativa

**Categoría 17.02.**

Publicidad Institucional Televisiva

**Categoría: 18.01.**

Publicaciones institucionales/multimedia,  
campaña general

**Categoría 18.02.**

Brand Film

ÁREA:

Vicepresidencia de Marketing

RESPONSABLES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN:

- > **Cecilia Panetta,**  
*Directora de Marketing  
de AXION energy.*
- > **Gabriela Rossi,**  
*Líder de Marca  
AXION energy.*
- > **Nicolás Gatto,**  
*Gerente de Marketing  
Tienda Spot.*
- > **Luciana Clur,**  
*Especialista de  
Marca Spot!*

# HISTORIAS DE ESTACIÓN

Pan American  
ENERGY

En las estaciones de servicio AXION energy se amplía continuamente la oferta de productos y servicios de las tiendas de conveniencia Spot!. Por ejemplo, se ofrece la Parada Sanguchera, una propuesta gastronómica innovadora creada por Lele Cristóbal que incluye sándwiches gourmet, empanadas y helados. En este contexto, la marca decidió crear *Historias de Estación*, una serie protagonizada por el reconocido chef en donde recorre el país destacando crónicas y productos locales de las comunidades cercanas a las estaciones de servicio, fusionando la cultura, la gastronomía y la identidad argentina.

## OBJETIVOS

### 1- AXION COMO MARCA FEDERAL

Consolidar la imagen de AXION Energy como una marca federal, fortaleciendo su posicionamiento junto a Spot!

### 3- EXPERIENCIA EN ESTACIONES

Afianzar la relación entre AXION Energy y las tiendas Spot! para resaltar que su oferta gastronómica forma parte de la experiencia en las estaciones de servicio.

### 5- CERCANÍA

Fomentar los atributos de cercanía y experiencia en las estaciones de servicio

## ESTRATEGIA

- > Destacar el impacto de las estaciones de servicio en las comunidades locales y el vínculo con las personas y las costumbres del lugar.
- > **Lele Cristóbal como conductor**, generando una conexión genuina con los habitantes de distintas provincias.
- > **8 capítulos** en Bs.As, Córdoba, Mendoza, Jujuy, Corrientes, Misiones y Río Negro.
- > **Emisión en Telefe** en un horario estratégico y en plataformas digitales.
- > **Evento exclusivo de lanzamiento** con periodistas + cobertura en medios
- > **PNTs** en programas populares de Telefe.
- > **Campaña en redes sociales** de AXION energy y Spot! y de Lele Cristóbal.
- > Presencia de la iniciativa en las estaciones de servicio y sus tiendas.

### 2- AXION COMO CONEXIÓN

Destacar el rol de las estaciones de servicio AXION energy como puntos de conexión cultural en las comunidades.

### 4- CRECIMIENTO DE ENGAGEMENT

Generar contenidos creativos que fomenten el engagement con la audiencia.

## RESULTADOS

**4.12 pts**

Rating promedio

**5.9 pts**

Rating: capítulo más visto

PLUTO TV:

**+1.8 M**

impresiones

REDES SOCIALES

**8.8 M**

Personas alcanzadas

PRENSA

**57**

repercusiones

**3.6 M**

alcance

**VAP +\$40 M**

- > **Lele Cristóbal** fue reconocido como personaje del año por la revista Gente
- > **Mejora en la imagen de AXION energy** y aumento en la percepción de Spot! y en su oferta gastronómica regional



# 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.

## 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. Por otro lado, dentro de sus estaciones de servicio cuenta con las tiendas de conveniencia **Spot!**, que ofrecen a los clientes una experiencia integral que va más allá del abastecimiento de combustible, brindando acceso a una variada oferta de productos y servicios. Desde hace algunos años se ofrece en las tiendas una propuesta gastronómica innovadora y única en el rubro: se trata de la Parada Sanguchera, que incluye variedades de sándwiches gourmet, empanadas y helados, entre otros productos.

## CONTEXTO

En cada ciudad y pueblo de Argentina, las estaciones de servicio de AXION energy se han convertido en mucho más que un lugar para cargar combustible y comprar productos de calidad para el buen funcionamiento de distintos tipos de vehículos. Son espacios cotidianos donde convergen historias de vida.

Las más de 600 estaciones de AXION energy con presencia en múltiples rincones del país reflejan diversidad y cercanía. Las mismas cuentan con tiendas Spot!, cuya propuesta gastronómica responde a las tendencias del consumidor e integra productos regionales y tradicionales, generando un puente directo con la comunidad y fortaleciendo su cadena de valor.

Detrás de estos protagonistas, hay historias imperdibles de amor por los sabores, la elaboración propia y las tradiciones

culinarias. Con la intención de darles visibilidad y mostrar el verdadero valor de estas estaciones como puntos de conexión cultural y humana, AXION energy decidió contarlas, compartirlas, honrarlas. Así nació **Historias de Estación**, una serie audiovisual de contenido original que recorre el país para poner en primer plano la magia alrededor de cada estación de servicio y de cada tienda Spot!, que ocurre gracias a las personas, los sabores y el alma que caracteriza a cada lugar en la que se emplazan.

## EL CASO

**Historias de Estación** es un proyecto audiovisual que nació con el propósito de mostrar una faceta distinta de las estaciones de servicio de AXION energy y sus tiendas Spot!. A través de una mirada creativa y cercana, la serie destacó no solo la propuesta gastronómica de sus tiendas, sino también la identidad cultural de cada región del país, posicionando a la marca como pionera en la generación de contenidos dentro de la industria energética.



La serie estuvo compuesta por **ocho capítulos** protagonizados por **Lelé Cristóbal**, destacado chef argentino, dueño de *Café San Juan* (reconocido como sitio de interés cultural en CABA) y creador -junto con AXION energy- de la *Parada Sanguchera*. En cada episodio, Lele recorrió distintas estaciones de servicio en busca de historias, personajes y comunidades locales, a quienes entrevistó e invitó a conversar sobre los

productos regionales de cada zona, para posteriormente cocinar juntos distintas recetas con ingredientes típicos del lugar e incluso los secretos de cada plato.

[CLICK PARA VER LOS CAPÍTULOS](#)

Este enfoque permitió mostrar una dimensión poco explorada, visibilizar la riqueza cultural y paisajística que rodea a cada estación y **vincular a AXION energy y Spot! con las historias que suceden a su alrededor**. Además, a través de cada episodio se puso en valor a los productores regionales, las costumbres locales y los sabores únicos de cada zona, convirtiendo cada parada en un punto de encuentro entre la tradición, la innovación y la identidad argentina.

Las locaciones seleccionadas para las historias abarcaron estaciones de servicio clave ubicadas en **Buenos Aires (Campana y Bahía Blanca), Córdoba, Mendoza, Misiones, Corrientes, Río Negro, y Jujuy**, logrando así una representación diversa del país y sus comunidades.

## PÚBLICOS

- > **Consumidores actuales y potenciales.**
- > **Comunidades locales** de las zonas donde la marca tiene presencia. Pueden influir en la percepción pública y el impacto social del proyecto.
- > **Empleados y colaboradores** que forman parte de la organización.
- > **Medios de comunicación y líderes de opinión.**

## OBJETIVOS

### OBJETIVOS GENERALES

- > Posicionar a las marcas AXION energy y Spot! como **escenarios que exponen y potencian** las historias que se generan en las comunidades donde están presentes, con la estación de servicio como eje central de cada relato.
- > **Dar visibilidad a las estaciones de servicio AXION energy**, destacando su verdadero valor como puntos de conexión tanto cultural como humana en las comunidades donde están presentes.
- > Fortalecer la imagen de las estaciones de servicio AXION Energy como espacios cercanos, confiables y comprometidos con las necesidades y valores de sus comunidades, reforzando además su posicionamiento como una **marca federal**.

### OBJETIVO ESPECÍFICOS:

- > Afianzar el vínculo entre las marcas **AXION energy y Spot!** para potenciar su presencia conjunta y crear una experiencia integrada para los consumidores.
- > Aumentar el *awareness* de la marca **Spot!** y de su oferta gastronómica exclusiva de **Parada Sanguchera**.
- > Generar interés en probar productos exclusivos regionales presentados en la serie.
- > Generar un contenido creativo y entretenido que genere alto engagement y vincule positivamente a las marcas con la audiencia.

## ESTRATEGIA

La estrategia detrás de **Historias de Estación** se construyó con un objetivo claro: reforzar el vínculo entre AXION energy y las comunidades en las que opera. Pero no de una manera

tradicional, sino a través de un **branded content original**, similar al de las producciones de plataformas de streaming, diseñado para captar y entretener a la audiencia.

Para lograrlo, se pensó en una **narrativa que mostrara el lado más humano** de las estaciones de servicio, destacando el impacto positivo que generan en sus comunidades. En ese marco, la figura de **Lelé Cristóbal** fue elegida por su trayectoria como referente gastronómico y por su cercanía que conecta con las personas. Lelé representa una Argentina auténtica, diversa y profundamente arraigada en sus costumbres, algo que se alinea a la perfección con los valores que la marca pretende representar. Su forma de comunicar, su defensa de los productos locales y su mirada sensible lo convierten en el puente ideal entre la marca y el público.

La **elección de las locaciones** fue pensada para garantizar una verdadera representación del país y sostener un **enfoque federal**. Por ello, se seleccionaron estaciones de servicio ubicadas en diferentes provincias: Buenos Aires (Campana y Bahía Blanca), Córdoba, Mendoza, Misiones, Corrientes, Río Negro y Jujuy. Cada ciudad fue elegida por su relevancia local y su conexión con productores, historias y culturas únicas. Así, la serie no solo recorrió el mapa geográfico, sino también el cultural y emocional de la Argentina, mostrando cómo cada estación es parte activa de la comunidad que la rodea. En algunas locaciones en específico se buscó formar parte de fechas que son importantes para las comunidades. Por ejemplo, en el caso de Corrientes con la Fiesta Nacional de El Dorado y en Jujuy con la Fiesta del Éxodo Jujeño. En el caso de Córdoba, por otra parte, se puso en valor la historia de un vendedor de playa de AXION energy que además es apicultor. Para el episodio de Mendoza, Lelé se vinculó con una comunidad de camioneros, usuarios frecuentes de las



## Lelé Cristóbal

*«En mi recorrido por las rutas argentinas, conocí a muchos productores locales, y junto a ellos, creamos diversas propuestas que muy pronto estarán al alcance de todos»*

estaciones de servicio, a la vez que cocineros en ruta por excelencia.

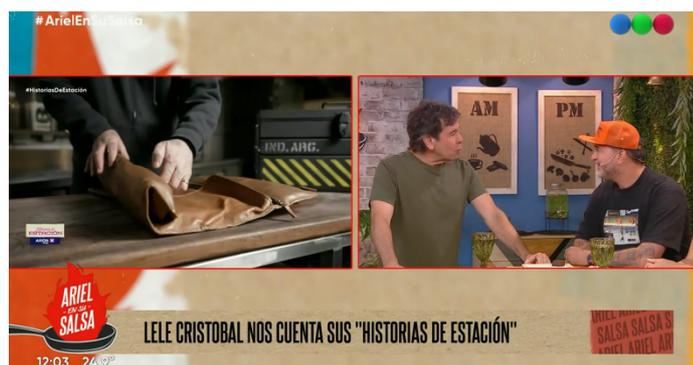
Las historias reales, los rostros locales, los relatos de esfuerzo y colaboración y el rol de la cocina como elemento integrador, permitieron que las personas se sintieran reflejadas. No se trató solo de mostrar una estación de servicio, sino de contar lo que sucede alrededor de ella, visibilizando a quienes la hacen parte de su vida diaria.

Asimismo, la decisión de emitir la serie en Telefe, inmediatamente **después del programa de Susana Giménez**, respondió a un análisis estratégico de audiencia. Se trataba de uno de los espacios televisivos con mayor alcance del país, dentro de un contexto familiar y emocional que favoreció la recepción de este tipo de contenido. Aprovechar ese rating permitió insertar el branded content en una franja horaria privilegiada, logrando visibilidad masiva y posicionamiento instantáneo. En ese sentido, la estrategia de medios se diseñó considerando la amplia penetración que tiene la televisión en el interior del país, buscando que la formalidad de la serie no fuera solo desde el contenido que se mostraba, sino también por su alcance y llegada.

Además del programa de Susana, *Historias de Estación* fue promocionado mediante PNTs en otros programas de la grilla del canal incluyendo «**Buen Telefe**», «**Staff**», «**A la Barbarossa**», «**Bake Off**», «**Corta por Lozano**», «**La Peña de Morfi**», «**Escape Perfecto**» y «**Ariel en su Salsa**». En este último, se incluyó además una entrevista especial a Lelé.



TODOS LOS DOMINGOS  
AL TÉRMINO DE SUSANA POR 



El uso de todo el **ecosistema digital alrededor de Telefe** reforzó la estrategia. Es uno de los canales de aire con mayor audiencia en el país y tiene una identidad familiar muy marcada, lo que aportó legitimidad y emotividad a la propuesta. La publicación posterior de los capítulos en **telefe.com**, en las cuentas **oficial de YouTube Instagram de Telefe**, las **redes sociales de Lelé** y en **Pluto TV** permitió ampliar el alcance hacia audiencias más jóvenes y digitales, manteniéndolo disponible **on demand** y asegurando su circulación en redes sociales, para las cuales se crearon formatos *ad-hoc* como *reels* y *shorts*.



A raíz del estreno de la serie, se realizó un **evento exclusivo de lanzamiento con 37 periodistas**, quienes no sólo accedieron al primer capítulo, sino que también vivieron una experiencia gastronómica donde se les preparó un plato en vivo. Durante el encuentro, se gestionaron entrevistas con voceros y se impulsó la difusión masiva a medios de comunicación post evento.

Además, en el marco del lanzamiento y previo a cada capítulo, se difundieron comunicados de prensa específicos para las provincias protagonistas destacando los contenidos relevantes de cada capítulo e incluyendo citas de Lelé. La acción



se complementa con [branded content en Infobae](#), el medio online más leído del país.

## RESULTADOS

Mediante la iniciativa, que duró desde septiembre a diciembre de 2024, AXION energy y las tiendas Spot! lograron posicionarse de manera innovadora dentro de sus categorías, creando un **contenido original** que entretuvo y aportó valor combinando gastronomía con historias de vida. Fue una manera distinta de hablarle al consumidor, ya no desde el producto sino desde historias en primera persona que se asocian e identifican con la marca y sus valores.

La visibilidad del contenido también quedó reflejada por el impacto que tuvo en la imagen del protagonista Lele, quien fue elegido como **personaje del año por la Revista Gente**.



The image shows a screenshot of a GENTE magazine article. At the top, the GENTE logo is on the left, and navigation links for ACTUALIDAD, ENTRETENIMIENTO, LIFESTYLE, ÍNTIMOS, AUTOS Y MOTOS, GALERÍAS, +GENTE, and ARGENTINA are on the right. Social media icons for Instagram, Facebook, X, and TikTok are also present. The main image shows a man in a suit standing in front of a backdrop with the word 'Sangros' in neon and 'GENTE' in large letters. To the right of the image is the article title: "Lele" Cristóbal, Personaje del Año, volvió a la TV para recorrer el país con lo que más ama: la gente y la comida. Below the title is a short paragraph: "El dueño de Café San Juan y co-creador de la Parada Sanguchera de Spot! fue elegido para ser parte de la tapa de Personajes del Año 2024, y en un divertido challenge demostró todos sus conocimientos sobre sanguches. Además, le contó al equipo sobre su gran año y lo que le depara para 2025."

Para dimensionar el resultado final de la campaña, se solicitó un informe elaborado por Kantar Ibope Media (ver anexo), el cual refleja que *Historias de Estación* tuvo un **impacto positivo en las marcas AXION energy y Spot!** en todas las variables evaluadas. Y, en la mayoría de los casos, incluso por encima de la norma de LATAM.

Brand metrics	AXION energy		Spot!		NORMA LATAM
	Δ	Δ	Δ	Δ	
Top of Mind Estaciones de Servicio	+32.5				+18.8
Unaided Awareness Estaciones de Servicio	+22.1				+17.0
Top of Mind Tiendas de Estaciones de Servicio			+4.4		+18.8
Unaided Awareness Tiendas de Estaciones de Servicio			+6.6		+17.0
Aided Awareness	+2.0		+11.9		+1.1
Online Ad Awareness	+3.5		+8.1		+11.0
Brand Favorability	+7.6		+14.5		+4.0
Consideration	+12.6		+13.8		+5.3
Purchase Intent	+6.9		+6.8		+3.7
Affinity	+6.2		-0.8		+1.3

La percepción de AXION energy **mejoró notablemente** en atributos como **modernidad, servicio y conveniencia** ("resolver todo en un mismo lugar"). **Spot!** se benefició en especial en su desarrollo regional y variedad gastronómica, con un crecimiento sostenido en todos los segmentos. Además, **se fortaleció la opinión favorable sobre Spot!**, en particular, entre quienes no están habituados a comer en las tiendas de estaciones de servicio o lo hacen en tiendas de la competencia.

El informe revela que el alto impacto alcanzado por la serie se explica, en gran medida, por **la fuerza de su propuesta creativa**. El contenido fue reconocido como **atractivo y creativo**, generando un alto nivel de engagement y disfrute (más del 60% de los encuestados manifestó desear seguir viéndolo). Asimismo, se destaca que el público lo vinculó de manera natural con las marcas y lo percibió como diferente y relevante, reforzando así los objetivos de posicionamiento de la campaña.

**El 60% de los encuestados identificó de forma clara la relación entre AXION, Spot! y la Parada Sanguchera.** En este sentido, se identificó que aún hay **oportunidad para que esa asociación entre las historias que se presentan en la serie y**

los productos exclusivos que ofrece la Parada Sanguchera en las tiendas Spot! de las estaciones de servicio de AXION energy sea más potente. Actualmente, la Parada Sanguchera es reconocida por la mitad de los encuestados, lo que indica un punto de partida favorable pero no suficiente para consolidar su presencia en el mercado. La imagen de estos productos regionales y exclusivos, aunque vinculada positivamente a las marcas madre, puede reforzarse en cuanto a calidad, autenticidad regional, innovación gastronómica y conveniencia.

Por otro lado, según el estudio realizado por la consultora AON, el **regreso de Lelé a la TV** luego de su último programa, fue muy bien recibido por el público, con un sentimiento mayoritariamente positivo del **85%**.

Por último, la acción fue ampliamente valorada por operadores de las estaciones de servicio (EESS). En el 50% de los casos las estaciones aumentaron sus búsquedas en Google. Además, en octubre, las **búsquedas en Google** de "Parada Sanguchera" crecieron un **200%** en comparación con el promedio de los últimos tres meses.

## TELEFE

**Rating del programa:** el rating promedio acumulado de los ocho capítulos fue **4.12 puntos**. El de mayor rating promedio fue el capítulo de **Campana**, que alcanzó los **5.9 puntos**, posicionándose como el episodio con mejor performance durante toda la temporada. Por otro lado, el episodio de **Bahía Blanca** también se destacó en el informe, siendo señalado como líder en rating en ciertos análisis puntuales, como el que mide la trasmisión en vivo y manteniendo un desempeño muy fuerte, con **4.5 puntos promedio**.

**Pluto TV: 1.848.000 impresiones.**

**Performance en Social Media (YouTube):** los capítulos con mayor cantidad de vistas fueron los de [Río Negro](#) (55K), [Bahía Blanca](#) (38K) y [Jujuy](#) (37K). La mayoría de la audiencia fue femenina, concentrada en el rango etario de entre 25 y 44 años.

**26K**

Promedio de vistas por capítulo

**47,5%**

Retención promedio

**+50% (10.53')**

Minutos de retención promedio

**92.616**

Usuarios únicos

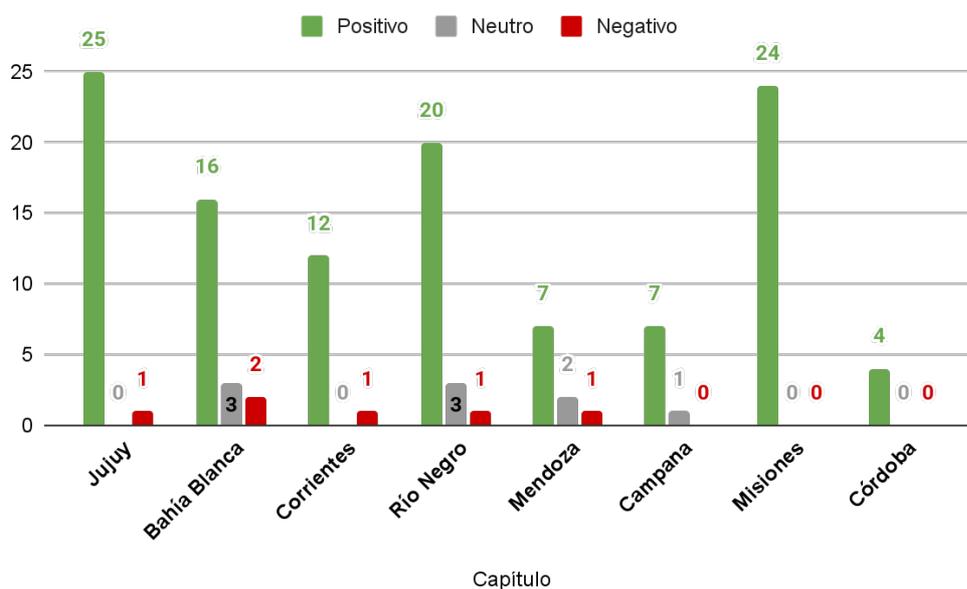
**227.239**

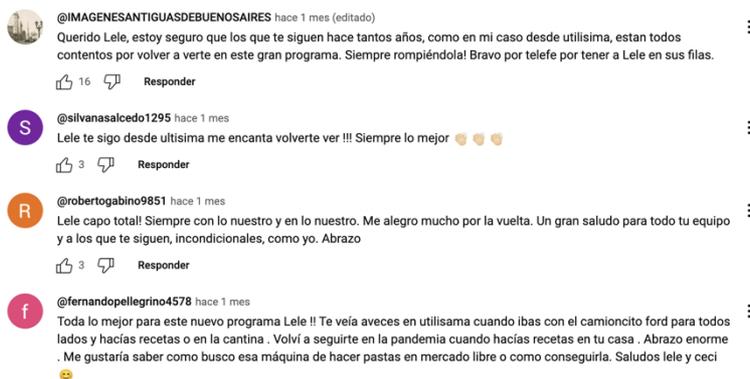
Vistas

**2.892.513**

Impresiones

El episodio de Jujuy concentró las mejores métricas en las redes de las marcas, y acumuló el mejor sentiment, concentrando más comentarios en YouTube (26). Además, lideró las métricas de visualización online y on-demand en Mi Telefe.





**Performance en Social Media (Instagram):** el ciclo logró un rendimiento exitoso en redes sociales durante la campaña en términos de visibilidad y alcance. Los contenidos fueron amplificados como Promoted Post con objetivo de mejorar su alcance.

**2.649**

**interacciones**

Engagement

**8.884.546**

**personas**

Alcance Total

**Prensa:** a partir del envío de los comunicados y el evento de lanzamiento con periodistas se generó una amplia cobertura mediática que contribuyó significativamente a la visibilidad del programa.

**57 repercusiones**

incluyendo Infobae, Clarín y A24 entre los principales medios.

VAP

**\$40.274.820**

**3.606.451**

alcance

# Clarín



### Para aprovechar el rating que deja Susana los domingos, Telefe vuelve a apostar por la gastronomía

Este 6 de octubre, apenas termine el ciclo de la diva, debutará "Historias de estación", con el reconocido y jirafesco chef Lele Cristóbal. El creador de las "Paradas sangucheras" recorrerá el país con su cocina ambulante...

Clarín / Oct. 2

# GENTE



### Se estrenó "Historias de Estación", la nueva serie culinaria de Lele Cristóbal

El domingo 6 de octubre Telefe presentó "Historias de Estación", la nueva serie de la tienda Spot! de AXION energy, protagonizada por Lele Cristóbal. A lo largo de ocho episodios, el reconocido cocinero recorrerá...

GENTE Online / Oct. 8

# A24



### Lele Cristóbal, el chef más innovador de la Argentina, con programa propio: "Es algo que siempre soñé"

A partir del 6 de octubre, Lele Cristóbal presenta un ciclo gastronómico único explorando la riqueza gastronómica de las estaciones de servicio argentinas.

A24.com / Oct. 25

# 8000

### Próxima estación: Bahía

Nuestra ciudad protagonizará el segundo capítulo de *Historias de estación*, el programa del cocinero Lele Cristóbal que se emite por Telefe.

- Es una producción que recorre el país, para adentrarse en los sabores de distintas localidades, celebra la cultura y la riqueza de los productos locales.

Aquí, Lele visitará a la familia *Huñender*, dedicada al aceite de oliva, y preparará una receta especial: pasta casera de sémola con salsa de anchoas y aceitunas.



(Foto: *Historias de estación*)

La producción del programa le adelantó a **8000** que no todo pasa por la cocina: habrá un mano a mano con *Guillermo Puffatto*, coordinador de Fútbol Infantil de Livers, el club de nuestro campeón del mundo *Lustero Martínez* y tantos otros...

—La cocina y el fútbol tienen algo en común: ambas cosas se disfrutan en comunidad. Ver cómo la pasión por el deporte moviliza a tantos chicos en Bahía Blanca me hace recordar que cocinar también es compartir —dice Lele.

- El programa va este domingo, después de Susana Giménez (que arranca a las 22).

# NOTICIAS RIO NEGRO

### "Historias de Estación" continúa su recorrido y llega a Río Negro de la mano de Lele Cristóbal

Río Negro, 24/10/2024



Todo su pasado por *Comidas*, *Historias de Estación* sigue su recorrido por Argentina y hoy visita a dar una nueva experiencia en Río Negro. Bahía Cuatro Apóstoles, que se emitió el domingo por Bahía, recorrió a Lele Cristóbal, el creador de las *Paradas Sangucheras de Spot!* y dueño de Café San Juan, adentrándose en los sabores de esta localidad para celebrar su cultura y la riqueza de sus productos locales.

# MASSNEGOCIOS



### «Historias de Estación» continúa su recorrido y llega a Mendoza de la mano de Lele Cristóbal

FOR MASNEGOCIOS EL 6 DE OCTUBRE DE 2024

Después de su visita a Río Negro, *Historias de Estación* sigue su recorrido por Argentina, acercándose a una nueva experiencia en Mendoza. Este quinto episodio, que se emitió el domingo por *Teñido Clásico 16*, recorrió a Lele Cristóbal, el creador de las *Paradas Sangucheras de Spot!* y dueño de Café San Juan, explorando los sabores de esta provincia para celebrar su cultura y la riqueza de sus productos locales.