

YPF

Premios EIKON 2026

ATRIBUTOS YPF
CAPÍTULO GENERAL

Categoría:
6: Comunicación de Identidad Corporativa

- **Capítulo:** General
- **Nombre de la compañía:** YPF
- **Área a cargo:** Comunicación, cultura y gestión del cambio
- **Personas responsables:** Marisol Cordon, Valentina Blanco y Juliana Di Renzo
- **Agencia:** Ruda

DESCRIPCIÓN CONCEPTUAL

Atributos YPF es una campaña de comunicación interna que transformó los valores de la compañía en relatos reales protagonizados por colaboradores de distintas regiones del país. Con un enfoque federal y testimonial, inspirada en los cuatro elementos de la naturaleza, la iniciativa buscó visibilizar la cultura interna en las personas, fortalecer el orgullo de pertenencia y conectar la identidad de YPF con quienes la hacen posible cada día.

INTRODUCCIÓN / PLANTEO Y DIAGNÓSTICO

Naturaleza de la compañía: YPF es la empresa líder de energía de Argentina, con presencia distribuida a lo largo del territorio nacional y una operación que involucra equipos de trabajo muy diversos, distribuidos entre oficinas, yacimientos, refinerías y plantas industriales.

Diagnóstico: La compañía detectó la necesidad de convertir sus nuevos atributos culturales en una experiencia concreta de la cultura interna. El desafío consistía en lograr que estos valores dejaran de percibirse como conceptos corporativos abstractos y pasaran a reconocerse como una identidad compartida por todos los colaboradores.

Atributos: Meritocracia, profesionalismo, confianza, productividad, eficiencia, compromiso, milla extra, pasión, excelencia, rentabilidad.

PROPUESTA / ENUNCIADO DE CAMPAÑA - ESTRATEGIA

Objetivo

El objetivo de la campaña **Atributos YPF** fue transformar los valores de la compañía en experiencias concretas y cotidianas para cada colaborador. La propuesta buscó llevar los atributos de la teoría a la práctica, logrando que cada persona —sin importar su rol o ubicación— se sintiera protagonista de la transformación cultural de la compañía.

La iniciativa fue desarrollada exclusivamente para el **público interno,** con el propósito de reforzar la cultura interna a través de los atributos de marca. Para lograrlo, diseñamos una estrategia basada en la escucha activa de los equipos y en la construcción de relatos reales protagonizados por los propios colaboradores.

“Atributos YPF” se convirtió así en una experiencia compartida: los valores dejaron de ser conceptos abstractos para transformarse en relatos capaces de fortalecer el orgullo de pertenencia y la identidad federal de la compañía.

Para llevar adelante la campaña, desarrollamos un plan en tres etapas:

- **Definición y Curaduría:** Identificamos perfiles y relatos de distintas regiones del país que representaban los atributos de la compañía a través de experiencias reales de trabajo, compromiso e innovación.
- **Producción:** Recorrimos miles de kilómetros para registrar la operación en su entorno real, vinculando cada historia y cada atributo con uno de los cuatro elementos fundamentales: agua, tierra, aire y energía.
- **Lanzamiento:** Estrenamos las piezas audiovisuales y el teaser integrador en los canales internos de la compañía, TVs corporativas en distintas locaciones y eventos presenciales, transformándolos en espacios de reconocimiento, reflexión y orgullo compartido.

La Campaña

Diseñamos las piezas audiovisuales inspiradas en los atributos de la compañía. Cada una tomó como referencia conceptual y visual a uno de los cuatro elementos de la naturaleza —agua, aire, tierra y energía— para construir distintas atmósferas y representar diferentes maneras de vivir los valores de YPF.

El tratamiento visual permitió que cada pieza tuviera una identidad propia, manteniendo al mismo tiempo una narrativa unificada para toda la campaña.

- **Teaser de lanzamiento:** Una pieza integradora que presentó la campaña a toda la compañía.
- **Energía: Fuerza que nos impulsa.** Inspirada en el fuego y en su capacidad transformadora, esta pieza representó la pasión, el compromiso y la milla extra como motores para superar desafíos y avanzar constantemente.
- **Tierra: Solidez y estabilidad que garantizan el futuro.** La tierra representa la base sobre la que crecemos. Es la estabilidad que nos permite generar resultados sostenibles y duraderos. **Excelencia y rentabilidad** son los atributos que nos mantienen sólidos, asegurando un crecimiento estructurado y confiable.
- **Aire: Inteligencia y estrategia que nos hacen avanzar.** El aire es sinónimo de visión, innovación y eficiencia. A partir de la idea de movimiento y visión, esta pieza trabajó los conceptos de **productividad y eficiencia** como impulsores de evolución y mejora continua.
- **Agua: Flexibilidad que nos permite adaptarnos.** El agua simboliza la confianza, la colaboración y la capacidad de adaptación. Así como el agua fluye y se amolda a su entorno, en YPF el **profesionalismo** y la **meritocracia** aseguran que cada esfuerzo tenga su recompensa, mientras que la **confianza** construye relaciones sólidas y sostenibles.

La Audiencia

La campaña estuvo dirigida a toda la compañía, con el objetivo de fortalecer la identificación y el sentido de pertenencia entre colaboradores de distintos perfiles, funciones y regiones del país.

A través de su narrativa la propuesta logró integrar áreas y geografías diversas bajo una misma identidad, poniendo en valor el carácter federal de YPF y reforzando el vínculo entre las personas y la cultura de la compañía.

Canales de comunicación y formatos La campaña cobró vida a través de una estrategia diseñada para generar visibilidad en cada rincón de YPF:

- **Audiovisuales de alto impacto:** Producción de un Teaser general y 4 piezas temáticas (una por cada elemento) con calidad cinematográfica, enfocadas en la emoción y la verdad testimonial.
- **Plataformas de Interacción Interna:** Uso de la Intranet y redes sociales internas como repositorios de las historias, fomentando que los colaboradores compartan sus propias vivencias bajo el hashtag de la campaña.
- **Presencia en territorio:** El valor diferencial de haber recorrido el país permitió que las piezas no se sintieran "ajenas", sino que el personal de campo viera sus propias bases, herramientas y rostros como protagonistas de la comunicación oficial de YPF.
- **Presentaciones corporativas:** Las piezas se exhibieron en TVs corporativas, eventos internos, workshops presenciales y encuentros institucionales.

DESARROLLO / EJECUCIÓN DEL PLAN (TÁCTICAS Y ACCIONES)

La campaña se estructuró a partir de un **rodaje federal** que recorrió diversos puntos del país para capturar testimonios reales en su entorno de trabajo.

Acciones principales:

- **Narrativa de los cuatro elementos:** Se produjeron piezas audiovisuales específicas para cada elemento vinculado con los atributos de YPF.
  - **Energía (Fuego):** Compromiso, milla extra y pasión.
  - **Agua:** Meritocracia, profesionalismo, confianza.
  - **Tierra:** Excelencia, rentabilidad.
  - **Aire:** Productividad, eficiencia.

- **Producción testimonial:** Se seleccionaron colaboradores cuyas historias encarnaran los atributos corporativos. El equipo de producción se trasladó a las locaciones reales para garantizar autenticidad.
- **Período de implementación:** Campaña desarrollada y difundida durante **2025-2026** en canales internos de YPF.

RESULTADOS Y EVALUACIÓN

Análisis cualitativo: La utilización de los cuatro elementos como hilo conductor facilitó la comprensión de los valores de YPF, humanizando la tecnología y la infraestructura energética.

Impacto Federal: El hecho de haber recorrido el país para obtener los testimonios generó un alto nivel de orgullo y pertenencia, ya que los empleados se vieron reflejados en escenarios reales y diversos. La campaña logró romper la barrera de la "comunicación de escritorio", instalándose como un relato auténtico y emocionante de lo que significa ser parte de YPF.

Evaluación Cualitativa: Desde la evaluación cualitativa, Atributos YPF se integra de manera consistente con un rasgo cultural central identificado en la organización: el orgullo de pertenencia ypefiano como ancla identitaria y motor de compromiso. Los relatos testimoniales y el enfoque federal de la campaña amplificaron un sentimiento ya presente en la organización —asociado al impacto nacional, al propósito de "mover un país" y a la conciencia de formar parte de un momento histórico—, haciéndolo visible, compartido y reconocible en el día a día.

Evaluación Cuantitativa: Hacia final del 2026, se lanzó una encuesta cultural con 3096 respondientes. El 84% de los encuestados declaró sentir orgullo de trabajar hoy en YPF y el 90% declaró conocer la visión de futuro de la compañía. En línea con estos hallazgos, la campaña contribuyó a convertir ese capital simbólico en una experiencia concreta, reforzando su capacidad de actuar como soporte activo de la transformación cultural.

Así, Atributos YPF no solo representó la cultura, sino que la activó, fortaleciendo un patrón transversal clave: una identidad colectiva sólida, capaz de sostener el cambio con sentido, compromiso y orgullo de pertenecer.

Alcance

Eventos donde se compartió

Petrobowl (externo, con estudiantes regionales de ingeniería LATAM): **180**
Bienvenida de jóvenes profesionales: **60**
Bienvenida de pasantes YPF: **60**
Encuentro del CEO: **4000**
Encuentro YPF:**160**
Workshops (5 sedes: Torre Madero, Plaza Huincul, Talero, Refinería La Plata y Luján de Cuyo): **1040**

Comunicación digital – Viva Engage

Posteo teaser: **2721**
Episodio Aire: **2773**
Episodio Energía: **2848**
Episodio Tierra: **2976**
Episodio Agua: **2638**

Total Eventos + Viva Engage: **19.456**

TVs corporativas

Se compartió en **124** pantallas corporativas distribuidas en 6 sedes, con alcance a los **20.000** empleados.

CONCLUSIÓN

La campaña logró convertir los atributos de marca en un relato interno vivo, federal y reconocible, fortaleciendo el sentido de pertenencia y dando visibilidad a los colaboradores como protagonistas de la cultura YPF.

Links videos

1- YPF ATRIBUTOS TEASER 4K
2- YPF ATRIBUTOS AGUA noVO
3- YPF ATRIBUTOS AGUA VO
4- YPF ATRIBUTOS AIRE noVO
5- YPF ATRIBUTOS AIRE VO
6- YPF ATRIBUTOS FUEGO noVO
7- YPF ATRIBUTOS FUEGO VO
8- YPF ATRIBUTOS TIERRA noVO
9- YPF ATRIBUTOS TIERRA VO