PREMIOS EIKON 2026

FORTALECIMIENTO DEPORTIVO

«Si hay violencia, no hay juego: Una campaña de la Red de Clubes de Neuquén»

PAN AMERICAN ENERGY | **CAPÍTULO GENERAL**

Categoría 9
Patrocinio | Sponsoring

Pan American ENERGY



ÁREA:
Vicepresidencia de Relaciones Institucionales

RESPONSABLES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN:

Daniel Felici, *Vicepresidente de Relaciones Institucionales*
Martín Ancarola, *Gerente Ejecutivo Regional de Comunicación Externa*
Daniela Antoci, *Gerente de Sustentabilidad*
Nicolás Fernández Arroyo, *Gerente de Relaciones Institucionales Neuquén*
Leticia Figueiras, *Líder de Comunicación Institucional*
Agustina Etayo, *Especialista de Comunicación Institucional*
Angélica Giacchetta, *Especialista de Relaciones Institucionales Neuquén*
Julián Cervera, *Especialista de Relaciones Institucionales Neuquén*
Delfina Gonzalez Seijas, *Especialista de Sustentabilidad*
The Juju, *Agencia creativa integral*



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, Paraguay, Brasil, México y Uruguay.

Tiene operaciones de upstream, midstream y downstream.

SOMOS PAE

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 2025, 65.000 personas fueron beneficiadas con sus más de 106 programas y actividades de sustentabilidad.

CONTEXTO

El deporte como forma de vida

Los clubes barriales cumplen un **rol social fundamental** en la contención de las comunidades donde se encuentran. A través de la promoción de distintas actividades deportivas y recreativas, generan espacios de encuentro, integración y pertenencia, donde el respeto por las reglas, el trabajo en equipo y la interacción entre compañeros favorecen tanto la salud física y mental como la adquisición de hábitos saludables.

En este contexto, desde 2021 PAE lleva adelante el programa **Fortalecimiento Deportivo** en distintas localidades de la provincia del Neuquén, con el propósito de profesionalizar la gestión institucional y deportiva de los clubes barriales. Desde su inicio, el programa apoyó a **88 clubes de 26 localidades,** con impacto sobre más de 28.200 miembros. Actualmente, 30 clubes se encuentran en proceso de formación y conforman la cohorte 2025–2026.

Como resultado de este acompañamiento sostenido y de la incorporación de herramientas de gestión y planificación por parte de las instituciones, se consolidó la **Red de Clubes,** un espacio de intercambio, articulación y empoderamiento colectivo que permite dar continuidad al trabajo realizado y potenciar la capacidad de estas instituciones para impulsar acciones conjuntas. La Red también constituye un ámbito desde el cual las organizaciones pueden articular con actores gubernamentales y de la sociedad civil en beneficio del conjunto, más allá de sus necesidades particulares.

En ese marco, los clubes que integran la Red identificaron una problemática creciente: **situaciones de violencia en competencias, entrenamientos y entornos digitales vinculados al deporte.** De hecho, un diagnóstico realizado en la cohorte actual reveló que el 67% de los referentes de los clubes consideraba la violencia como la preocupación prioritaria, y señalaba a los partidos y torneos como el principal escenario de

conflicto (63%). Esta cuestión pone en riesgo la integridad física y emocional de los jugadores y vulnera la esencia misma del deporte, quitándoles a niños, niñas y jóvenes el carácter lúdico de la actividad.

EL CASO

«Si hay violencia, no hay juego»

A partir de la detección de esta situación, PAE acompañó a la Red de Clubes del Neuquén —integrada por instituciones que forman parte del programa Fortalecimiento Deportivo— en el desarrollo de una campaña de comunicación orientada a visibilizar la problemática y promover entornos deportivos más respetuosos, seguros e inclusivos bajo el lema: **«Si hay violencia, no hay juego».** La iniciativa, impulsada junto al Gobierno de la Provincia de Neuquén y apoyada por autoridades municipales y organizaciones técnicas especializadas, fue la primera acción desarrollada por la Red.

El relevamiento, el diseño estratégico y la producción de la campaña se gestaron durante 2025. En marzo y abril de 2026 se lanzó públicamente, evitando superposiciones con los tiempos electorales de la provincia del Neuquén, de modo de garantizar el impacto del mensaje.

En especial, la campaña buscó interpelar a los adultos y espectadores, recordando que son ellos quienes muchas veces generan presión, frustración o incluso violencia sobre los menores que están en el campo de juego, fomentan rivalidades y asocian los conceptos de éxito y fracaso en el juego con los de la vida. En definitiva, se busca concientizar a quienes olvidan que lo principal no son los resultados, sino el camino de aprendizaje, diversión y gestión de emociones.

PÚBLICOS

La campaña estuvo dirigida, en primer lugar, a todo el **ecosistema que rodea a los jóvenes en el deporte:** padres y madres, entrenadores, jugadores y la comunidad en general. Se llevó a cabo de manera presencial y digital, logrando el despliegue en las **26 localidades** donde se realiza el programa:

- Neuquén capital
- Plaza Huincul
- Junín de los Andes
- Chos Malal
- Las Ovejas
- Loncopué
- Las Lajas
- Villa Pehuenia
- Vista Alegre
- Centenario
- Plottier
- Cutral Co
- Las Coloradas
- Villa La Angostura
- San Martín de los Andes

OBJETIVOS

General

- El objetivo de la campaña **«Si hay violencia, no hay juego»** fue sensibilizar a la sociedad respecto a la problemática de la violencia en el ámbito deportivo y promover el involucramiento activo de la comunidad por medio de la comunicación para prevenirla y desactivarla.

Específicos

- Recordar que la actividad deportiva es, ante todo, un juego y un espacio de formación en valores, respeto y convivencia. En definitiva, **concientizar acerca de que el rival no es un enemigo** y celebrar la posibilidad de compartir un momento de disfrute y aprendizaje.

- Lograr **visibilidad y ampliar la llegada** de la campaña a través de diferentes formatos.

- Generar *awareness* en la comunidad online y offline, que valide y apoye la acción de los clubes, además de un contenido audiovisual que incentive a compartir **orgánicamente la campaña.**

- Fortalecer los objetivos que el **Programa Fortalecimiento Deportivo** tiene desde sus inicios: promover el rol social de los clubes, capacitar a sus equipos de gestión, la promoción de actividades deportivas y recreativas, el desarrollo de estrategias de sostenibilidad económica, entre otros.

ESTRATEGIAS Y ACCIONES

La acción principal se llevó a cabo a través del diseño, co-creación y ejecución de la campaña. La misma tuvo un enfoque omnicanal, educativo e inspiracional, y consistió en:

Concepto y mensajes

Se apeló a modificar conductas desde la empatía, recordando que el **deporte es lúdico**. Los mensajes buscaron interpelar directamente a los adultos y espectadores con frases como «El único gesto que suma es el que indica una jugada»; «Cuando grites, que sea para festejar un gol» o «Cuando se hable de ataque, que sea parte de la táctica».













Difusión digital y territorial:

La campaña comenzó con la difusión de un video institucional en las redes sociales de PAE, que presentó el concepto general de la iniciativa.

LINK VIDEO INSTITUCIONAL

- Luego, durante seis semanas, se desarrolló una estrategia de **amplificación digital** junto a los clubes participantes. Para ello, se creó un repositorio digital organizado en carpetas, una por cada club, donde semanalmente se cargaban dos piezas adaptadas a la identidad de cada institución: una publicación para feed y una historia de Instagram.

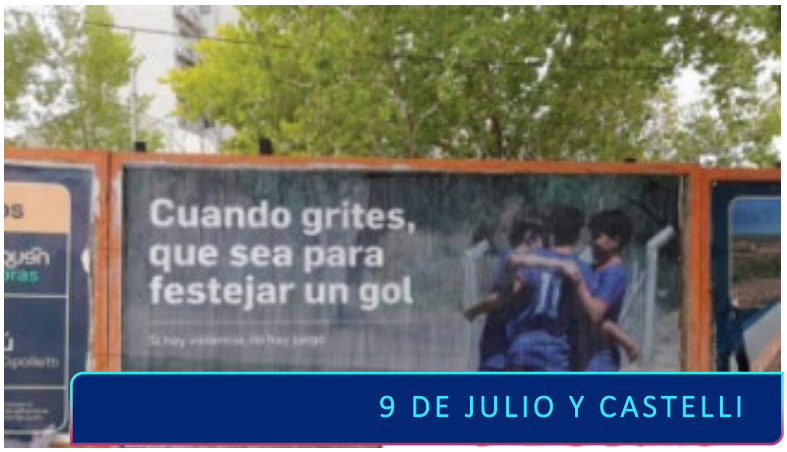
- Cada contenido incorporaba el logo del club y una imagen propia de su comunidad deportiva, lo que permitió que el **mensaje común de la campaña se expresara de manera reconocible y representativa** para cada institución.

- En la vía pública, se instalaron séxtuples para generar impacto in situ.

- Se repartieron afiches y banners con distintas piezas de la campaña a todos los miembros de la Red de Clubes, para que pudieran colocar en sus establecimientos.



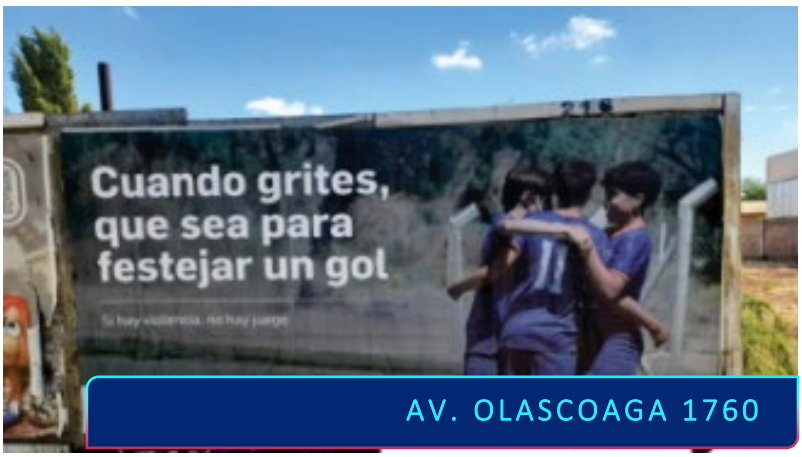
CHRESTIA Y SARGENTO CABRAL



9 DE JULIO Y CASTELLI


Cuando grites,
que sea para
festejar un gol
SARGENTO CABRAL Y FOTHERINGHAM


Cuando grites,
que sea para
festejar un gol
LASTRA 468


Cuando grites,
que sea para
festejar un gol
AV. OLASCOAGA 1760



FÉLIX SAN MARTÍN Y TIERRA DEL FUEGO

Piezas radiales

Se produjo un video conceptual y un spot de radio centrado en el emotivo mensaje de que «si un chico llora en la cancha, tiene que ser de alegría».

LINK A SPOT DE RADIO

RESULTADOS

Resultados Cuantitativos

En el marco de las redes sociales de PAE, el contenido fue difundido a través de Instagram, Facebook, Youtube, X y LinkedIn, por lo que el **alcance resultó multicanal.**

Pan American ENERGY

RENDIMIENTO GLOBAL DE LA CAMPAÑA

En total, se publicaron 23 contenidos
(22 en el feed y 1 story).

884.178
impresiones

182.774
reproducciones

34.608
interacciones

3,91%
Tasa de engagement
De la campaña

PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO DEPORTIVO

- Por otro lado, y más allá de los resultados de la campaña, el Programa Fortalecimiento Deportivo **ya impactó en 88 clubes barriales de 26 localidades de Neuquén, alcanzando a más de 28.200 miembros y sus familias.** Desde 2021 el programa entrevistó a 281 referentes de clubes durante instancias de diagnóstico, realizó más de 130 instancias de formación, brindó más de **444 horas de capacitación y formó a 560 entrenadores.**

DIFUSIONES PROPIAS DE LOS CLUBES EN SUS CANALES

- Se registraron **43 publicaciones y 41 historias en Instagram,** que alcanzaron 1.022 me gusta, 148 compartidos y 18.313 visualizaciones en historias.
- En **Facebook,** los clubes reportaron 35 publicaciones, 12 historias, 171 me gusta, 60 compartidos y 383 visualizaciones en historias.
- En **WhatsApp,** los clubes reportaron 34 mensajes, 221 envíos a grupos y 5.186 contactos potenciales acumulados, además de 14 estados con 982 visualizaciones.
- A nivel de medios locales, los **clubes lograron 5 menciones vinculadas a la campaña:** 2 registros en Radio/Prensa Fútbol y 3 menciones en RTN, Radio Neuquén y Neuquén Informa.

En total, considerando únicamente los 11 clubes que reportaron métricas, la campaña registró más de **27.000 impactos e interacciones** acumuladas entre visualizaciones, me gusta, compartidos, contactos potenciales por WhatsApp y menciones en medios locales.

Resultados Cualitativos

El principal resultado de la campaña fue haber **transformado una preocupación identificada por los propios clubes en una acción colectiva de concientización.** A partir de su experiencia cotidiana, la Red de Clubes de Neuquén puso en agenda la problemática de la violencia en el deporte y, junto a PAE y el gobierno provincial, logró convertirla en una campaña con identidad, mensajes y piezas de comunicación comunes.

La campaña permitió **unificar la voz de los clubes** para dialogar con sus comunidades en torno a un mensaje claro: “si hay violencia, no hay juego”. A través de piezas audiovisuales, radiales, digitales y territoriales, la iniciativa contribuyó a visibilizar acciones muchas veces naturalizadas: presiones, agresiones y conductas violentas que afectan la experiencia deportiva de niños, niñas y jóvenes.

Además, la acción representó un **hito** para la Red de Clubes, **ya que fue la primera campaña impulsada de manera conjunta por las instituciones que la integran.** Esto demostró la capacidad de los clubes de organizarse, trabajar de manera interconectada y actuar como agentes de cambio en sus comunidades, con el acompañamiento de PAE y del Gobierno de la Provincia de Neuquén.

LINK VIDEO RED DE CLUBES



ANEXO

En lo que corresponde a la elección de las instituciones que forman parte del programa y luego de la Red de Clubes, esto se realiza mediante una metodología de tres etapas:

1. Selección

La definición de los clubes participantes se realiza articulando con el sector público (la Legislatura Provincial, la Secretaría de Deportes y el Ministerio de Desarrollo Humano, Gobiernos Locales y Mujeres de Neuquén). Para garantizar la equidad, la convocatoria evalúa criterios como el orden de inscripción, la distribución geográfica y que cuenten con personería jurídica.

2. Diagnóstico

Al inicio se realiza un análisis (termómetro institucional) sobre la situación de cada entidad evaluando diez dimensiones: identidad, institucionalidad, alcance, sociodemográfica, vínculo con otros actores, oferta deportiva, oferta social/cultural/recreativa, recursos materiales, recursos humanos y comunicación.

3. Plan de acción y capacitación

A partir del diagnóstico, se elabora un plan formativo a medida que dura dos años y consta de nueve encuentros presenciales anuales (de cuatro horas cada uno) y más de 40 reuniones virtuales de seguimiento personalizado. Mediante herramientas como el Árbol de Problemas, los directivos y entrenadores diseñan su propio Plan de Mejora Institucional para lograr la sostenibilidad y autonomía de sus clubes. Estas formaciones son lideradas por especialistas en políticas públicas y prestigiosos ex deportistas profesionales.

En 2026, en el **evento de inauguración del programa, Luciana “Lucha” Aymar** brindó una charla inspiradora, en la que compartió su experiencia y reflexionó sobre los valores del

deporte, el trabajo en equipo y la importancia del esfuerzo y la perseverancia. Durante el año pasado participaron en las actividades del programa **Delfina Merino,** exjugadora de la selección argentina de hockey sobre césped femenino, y **Jorge Burruchaga,** ex futbolista y entrenador.

LINK VIDEO EVENTO DE INAUGURACIÓN