

2 SEPTIEMBRE 2026

Enter
COMUNICACIÓN

DATA TO DECIDE

Argentina Mining 2026

INFORME DE MONITOREO Y CONVERSACIÓN DIGITAL

ARGENTINA MINING 2026

Radiografía de la conversación digital sobre minería

Resumen ejecutivo

La minería presenta un saldo digital ampliamente favorable

La conversación estuvo compuesta por un **48,2% de publicaciones positivas**, un **44,2% neutral-informativas** y solamente un **7,6% negativas**. La actividad aparece asociada principalmente con inversión, empleo, exportaciones, infraestructura y crecimiento. La crítica existe, pero no representa un rechazo generalizado de la minería como actividad.

La crítica es minoritaria, pero tiene una gran capacidad de amplificación

Cada contenido negativo generó, en promedio, **52,7 interacciones**, frente a las **19,9** obtenidas por las publicaciones positivas. Esta capacidad de amplificación se vuelve especialmente relevante cuando la minería queda asociada con disputas ambientales, regulatorias o territoriales. En los episodios independientes sobre la Ley de Glaciares y la Ley de Tierras, la negatividad alcanzó respectivamente el **67,5% y el 83%**.

El desarrollo domina el relato; la soberanía moviliza la discusión

Inversión, RIGI y seguridad jurídica aparecen en el 36,7% del núcleo, seguidos por infraestructura (25,1%) y empleo (21,4%). En contraste, soberanía, tierras y extranjerización representan sólo el 6,6%, pero generan 2,8 veces más interacciones por publicación que inversión/RIGI.

San Juan, Salta y Catamarca concentran el centro territorial de la agenda

San Juan lidera con presencia en el 25,5% del núcleo minero, seguido por Salta con el 18,6% y Catamarca con el 12,8%. San Juan está traccionado por el cobre, Vicuña y la infraestructura; Salta y Catamarca, por el litio, las inversiones y los nuevos proyectos.

Resumen ejecutivo

Vicuña es el proyecto que organiza la coyuntura minera

Vicuña reúne 13.4% de las publicaciones y tiene 4,6 veces más visibilidad que Los Azules, el segundo proyecto del ranking. Su protagonismo conecta cobre, inversión, infraestructura y articulación público-privada, y explica una parte importante de los picos del período.

Los proyectos pueden tener más visibilidad que sus propias empresas

La conversación sobre Vicuña, Josemaría y Filo del Sol triplica las menciones directas a Vicuña Corp, BHP y Lundin. Algo similar ocurre entre Veladero y Barrick. Esto demuestra que monitorear únicamente el nombre corporativo deja afuera una parte sustantiva de la conversación reputacional.

El litio lidera la agenda estructural; el cobre domina el acontecimiento del mes

El litio aparece en el 25,2% del núcleo minero, frente al 18,7% del cobre. No duplica al cobre en cantidad de publicaciones, pero sí reúne aproximadamente el doble de interacciones. Mientras el litio se asocia con el futuro productivo y estratégico, el cobre gana centralidad coyuntural a través de Vicuña.

La aceptación de la minería está condicionada por la forma en que se desarrolla

La actividad minera no aparece como el principal blanco de rechazo. Las críticas se concentran en las condiciones de explotación: protección del agua y los ecosistemas, extranjerización, transparencia de los acuerdos y distribución territorial de los beneficios. Los informes anteriores muestran que este equilibrio puede alterarse rápidamente: la negatividad alcanzó el 67,5% en el debate sobre Glaciares y el 83% en el de Tierras.

Resumen ejecutivo

Empresas y proyectos lideran el relato positivo; el Estado aparece bajo mayor escrutinio

El ecosistema privado apareció en el **29,6% del núcleo**, con un **52,6% de publicaciones positivas** y apenas un **4,1% negativas**.

Los actores públicos tuvieron una presencia similar (28,9%), pero la negatividad alcanzó el **12,9%**.

Los anuncios de inversión, empleo e infraestructura se organizan principalmente alrededor de empresas y proyectos.

Los gobiernos suelen aparecer celebrando esos anuncios, pero también son los principales destinatarios de los reclamos por regulación, transparencia y protección territorial.

Los medios especializados sostienen la agenda, pero no controlan su amplificación

Los medios y cuentas sectoriales producen información de manera constante, especialmente en LinkedIn y X. Sin embargo, los contenidos de mayor impacto suelen provenir de dirigentes, periodistas, medios generalistas y cuentas políticas. X concentra el 26,2% de las publicaciones, pero el 60,9% de las interacciones: es el principal espacio de disputa reputacional.

El ecosistema de medios mineros está concentrado, pero sus audiencias son muy diferentes

Los cinco sitios con mayor volumen concentran el **73,4% de las visitas** y el **72,4% de los usuarios únicos**. Minería y Desarrollo lideró en visitas, con **20.575**, mientras que Minergy reunió la mayor cantidad de usuarios únicos, con **15.463**.

Menciones, audiencia y alcance



47.5K

MENCIONES

Entre el 27 de julio y el 25 de agosto, la conversación digital sobre minería acumuló un volumen estimado de **47.484 menciones**, producidas por aproximadamente **27.500 usuarios**.



13M

USUARIOS

Durante los 30 días analizados, los contenidos alcanzaron una audiencia potencial estimada de **13 millones de usuarios**, demostrando que la minería logró trascender el circuito estrictamente especializado e ingresar en conversaciones económicas, políticas y territoriales más amplias.

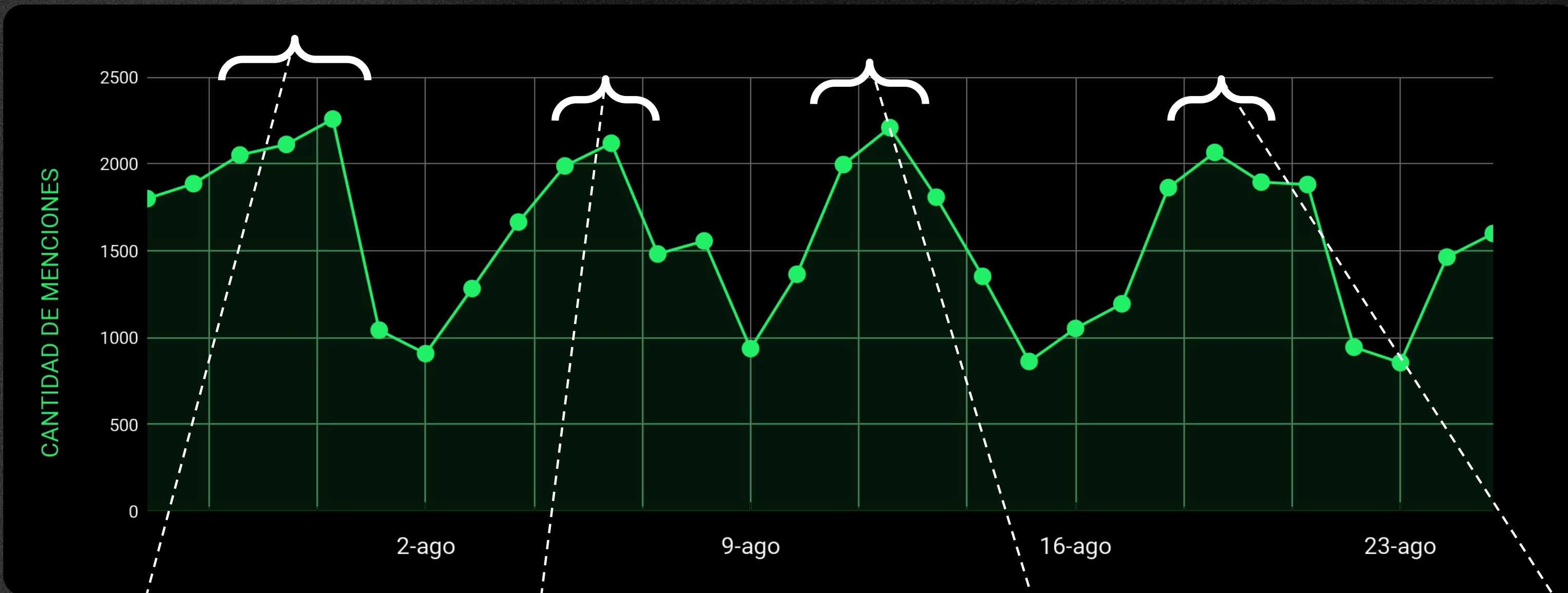


330K

INTERACCIONES

Las publicaciones relevantes analizadas reunieron **330.881 interacciones**. Aunque el clima general fue favorable, la mayor amplificación se concentró en contenidos vinculados con inversiones de gran escala y en publicaciones críticas sobre soberanía, ambiente y control de los recursos.

Evolución de la conversación



29 al 31 de julio | RIGI, litio y cobre

6 de agosto | Desarrollo e impugnación en simultáneo: Proyecto Vicuña versus Zijin-Liex

11 y 12 de agosto | Minería dentro del modelo económico

19 de agosto | Validación política del proyecto

Evolución de la conversación

PRINCIPALES OLEADAS

29 al 31 de julio — RIGI, litio y cobre

La aprobación dentro del RIGI de Tres Quebradas/3Q y Vicuña, junto con el acuerdo entre Argentina y Corea del Sur sobre minerales críticos, impulsó una primera oleada de anuncios sobre inversión, empleo y exportaciones.

6 de agosto — desarrollo e impugnación en simultáneo

El acuerdo de Vicuña para financiar infraestructura en San Juan generó cobertura positiva, pero convivió con un contenido viral crítico sobre Zijin, Catamarca y la cesión de tierras para explotar litio.

11 y 12 de agosto — minería dentro del modelo económico

La conversación combinó argumentos sobre el efecto económico de la minería, el potencial de La Rioja, el RIGI y el lugar de Argentina en la agenda estadounidense de minerales críticos.

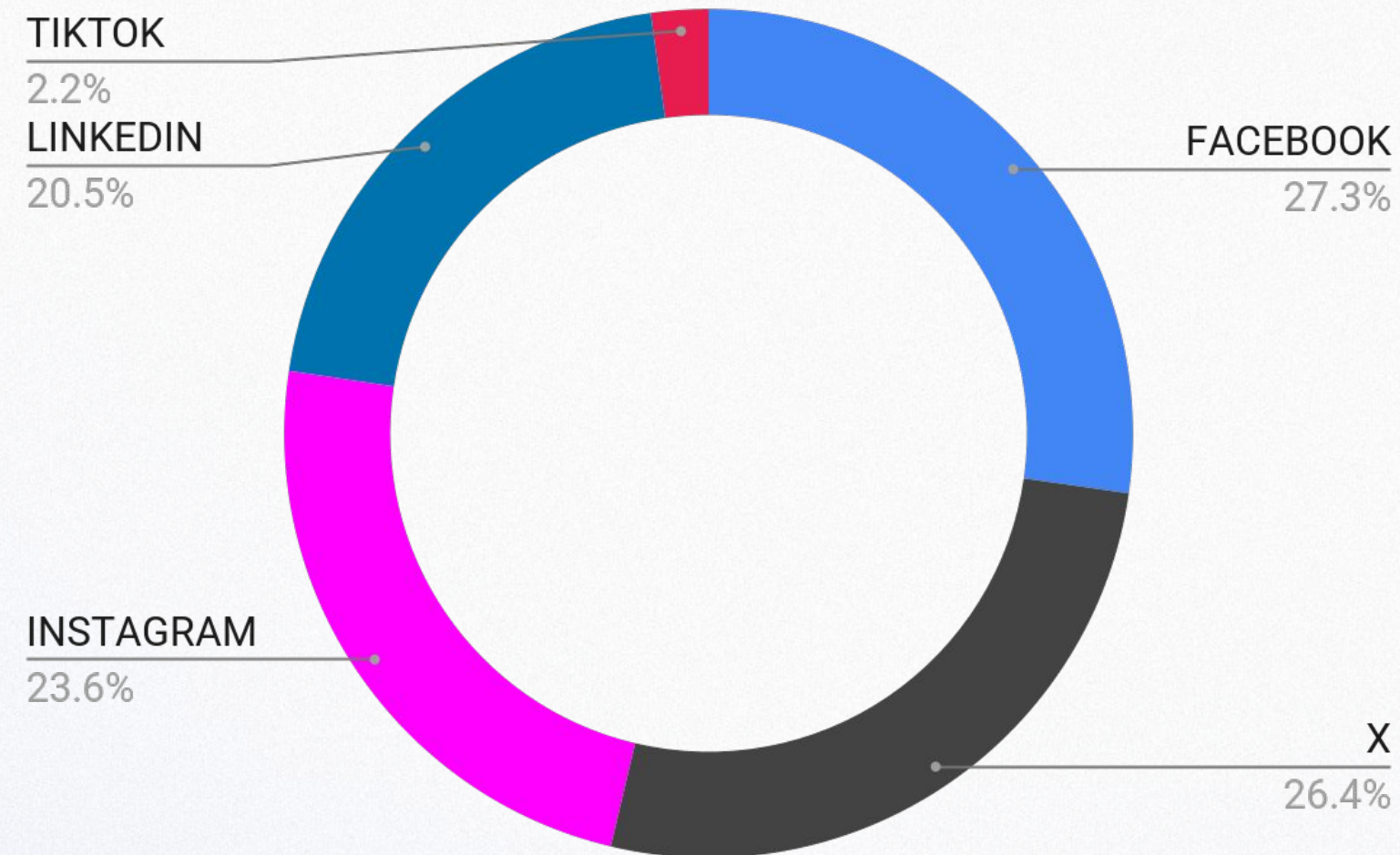
19 de agosto — validación política del proyecto

La aprobación legislativa del acuerdo entre San Juan y Vicuña reactivó la conversación sobre cobre, infraestructura, proveedores y articulación público-privada.

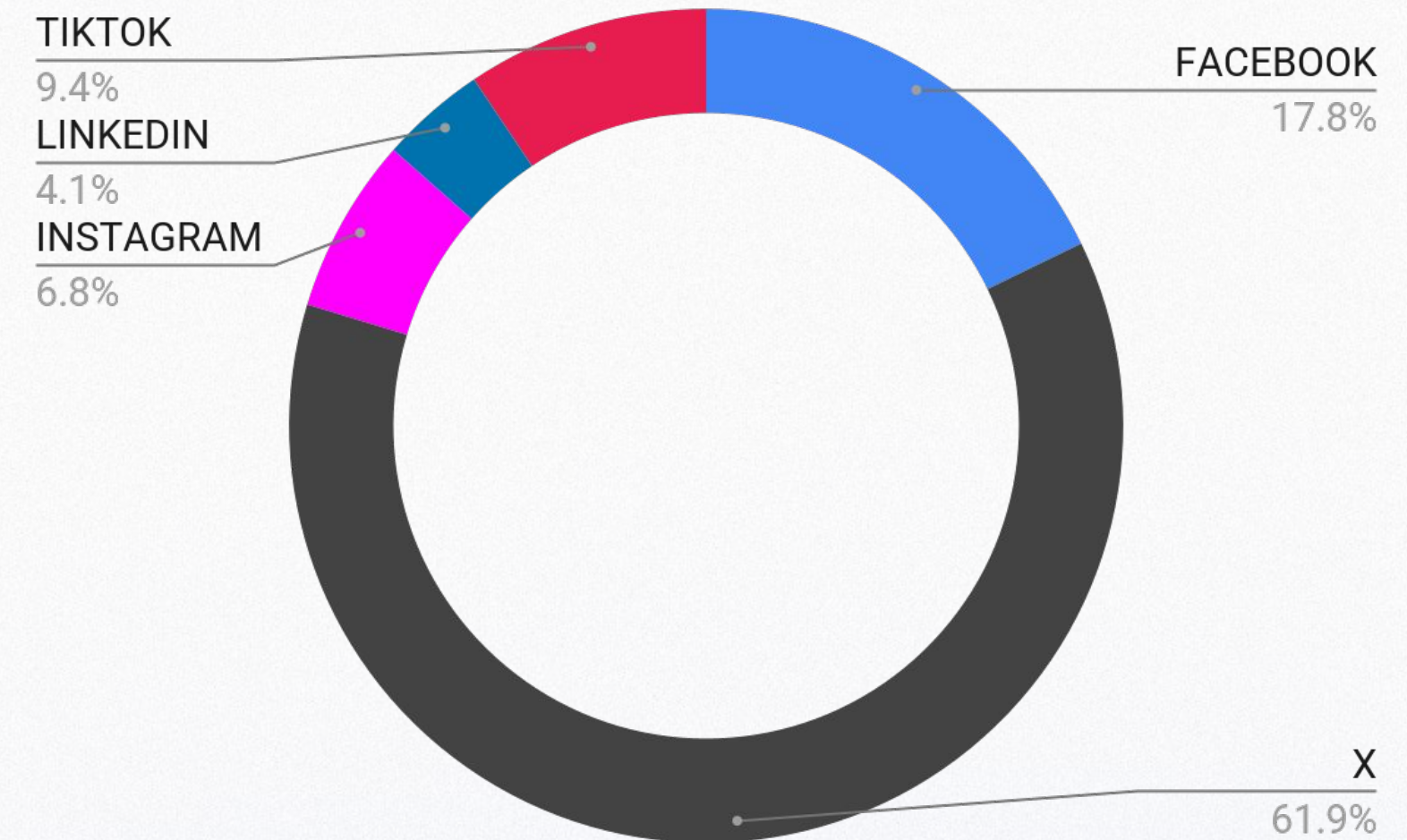
La agenda crece cuando un anuncio sectorial de gran escala es traducido por actores políticos y mediáticos a marcos simples: inversión histórica, empleo, entrega de recursos o pérdida de soberanía.

Plataformas y dinámica de amplificación

PORCENTAJE DE MENCIONES POR PLATAFORMA



PORCENTAJE DE INTERACCIONES POR PLATAFORMA



Plataformas y dinámica de amplificación



La disputa reputacional se concentra en X

Reúne aproximadamente una cuarta parte de las publicaciones relevantes, pero concentra seis de cada diez interacciones.



Facebook territorializa la conversación

Es el espacio con mayor cantidad de publicaciones y el canal donde adquieren peso las agendas locales, ambientales y regulatorias.



LinkedIn sostiene la conversación sectorial

Aloja una parte importante del relato corporativo, pero con baja amplificación en otros canales.

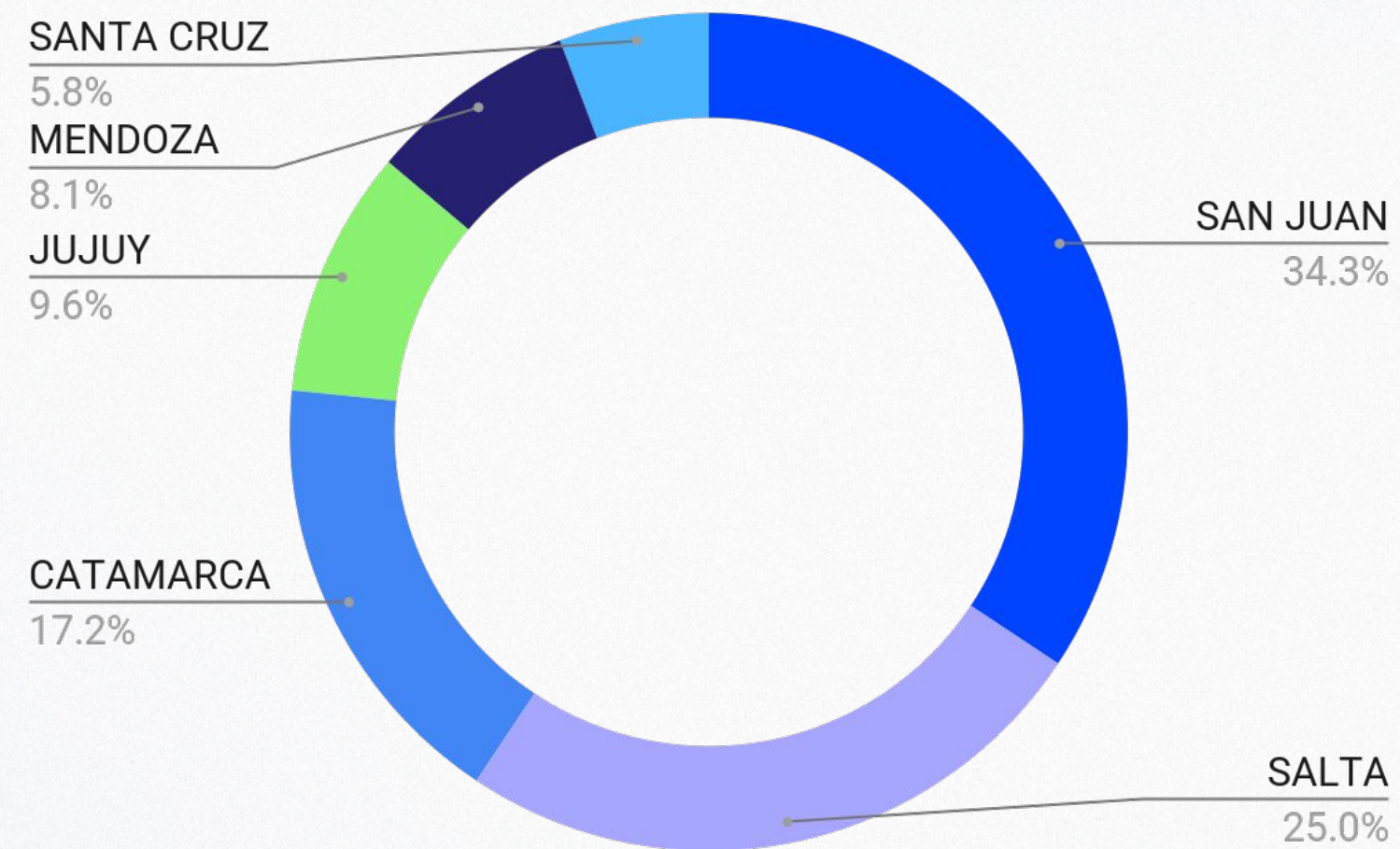


TikTok: una oportunidad por explorar

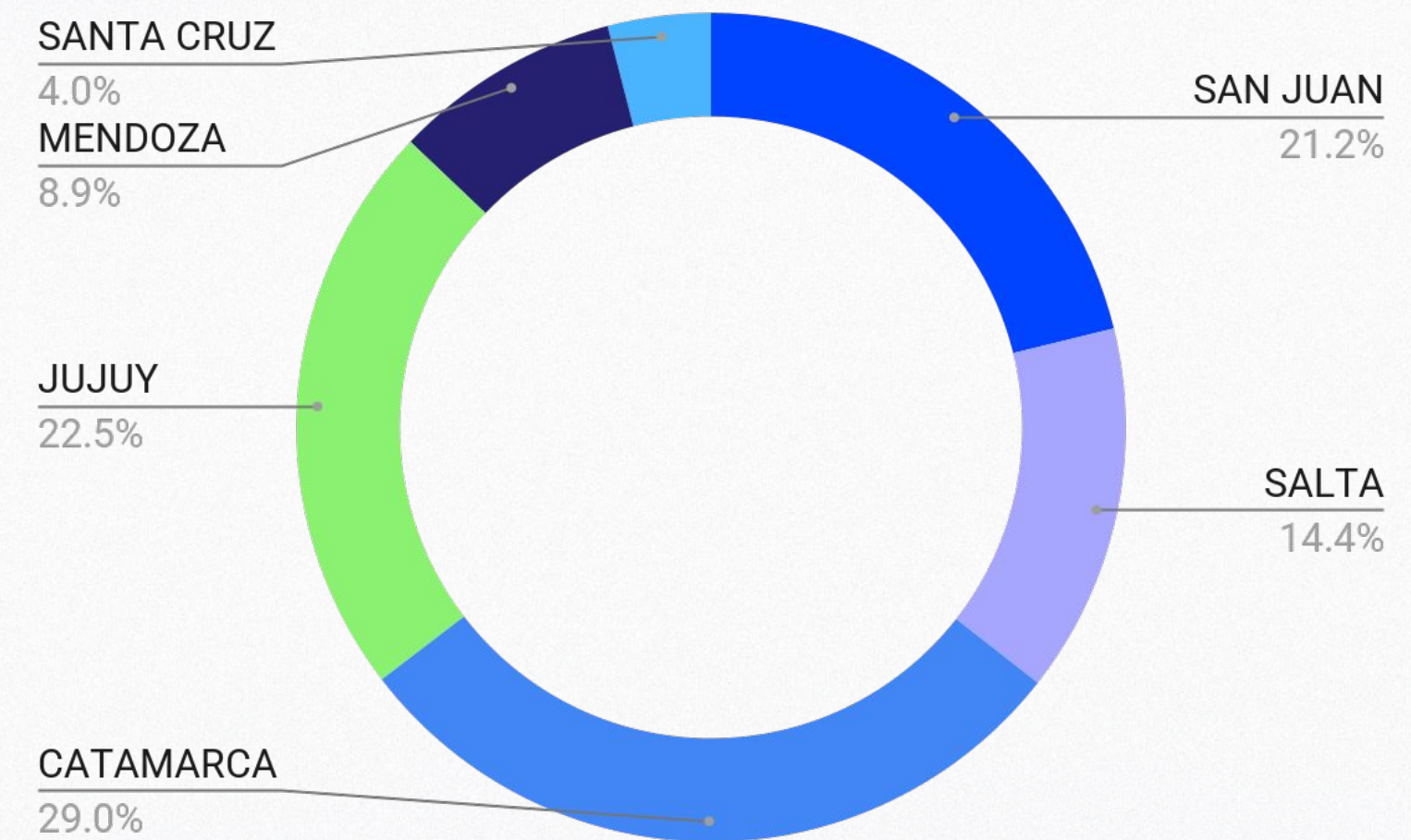
Si bien los contenidos de aquí cuentan con elevadas tasas de interacción, aún no es un ámbito donde la conversación sobre el sector florezca. Representa un canal vacante en la conversación sobre la minería, sus proyectos y actores.

Mapa territorial

PORCENTAJE DE MENCIONES POR PROVINCIA



PORCENTAJE DE INTERACCIONES POR PROVINCIA



San Juan, Salta y Catamarca forman el centro territorial de la agenda: son ellas las más mencionadas, y llegan tres cuartas partes de las conversaciones territorializadas. Además, sus menciones traccionan una elevada cantidad de interacciones. Sin embargo, no estamos frente a una conversación homogénea: cada territorio se asocia con una conversación diferente.

Mapa territorial



San Juan, la promesa de la escalabilidad

La conversación se organiza alrededor de Vicuña, infraestructura y cobre. El territorio funciona como prueba del potencial de gran escala, pero también concentra la discusión sobre el vínculo entre Estado y empresas.



Jujuy, atenta al impacto territorial

El litio es el mineral central y se vincula con producción, inversión y empleo. Las discusiones comunitarias y territoriales deben analizarse junto con el mapa de salares y proyectos.



Salta, la estrella del litio

Proveedores y desarrollo local tienen un peso especialmente alto. El litio convive con una conversación orientada a la cadena de valor, eventos y articulación sectorial.



Mendoza, con el foco en el ambiente

El cobre aparece con fuerza, pero el diferencial territorial está en ambiente, agua y transparencia. La legitimidad del desarrollo se discute antes que la escala productiva.



Catamarca, preocupada por la extranjerización

La agenda está dominada por litio e inversión, pero los contenidos de mayor impacto incorporan soberanía, capital extranjero y control del territorio.

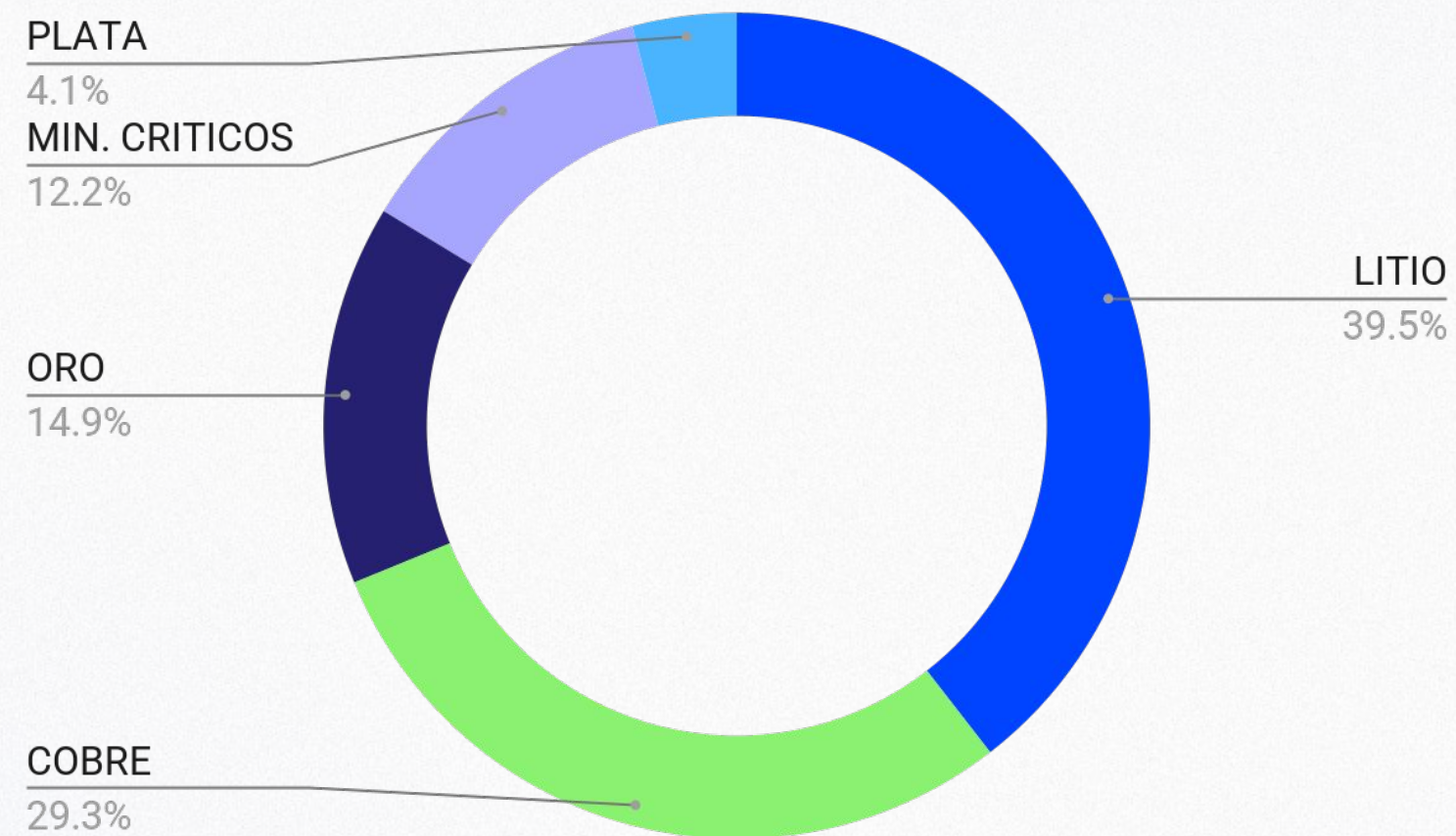


Santa Cruz, la pregunta por la continuidad

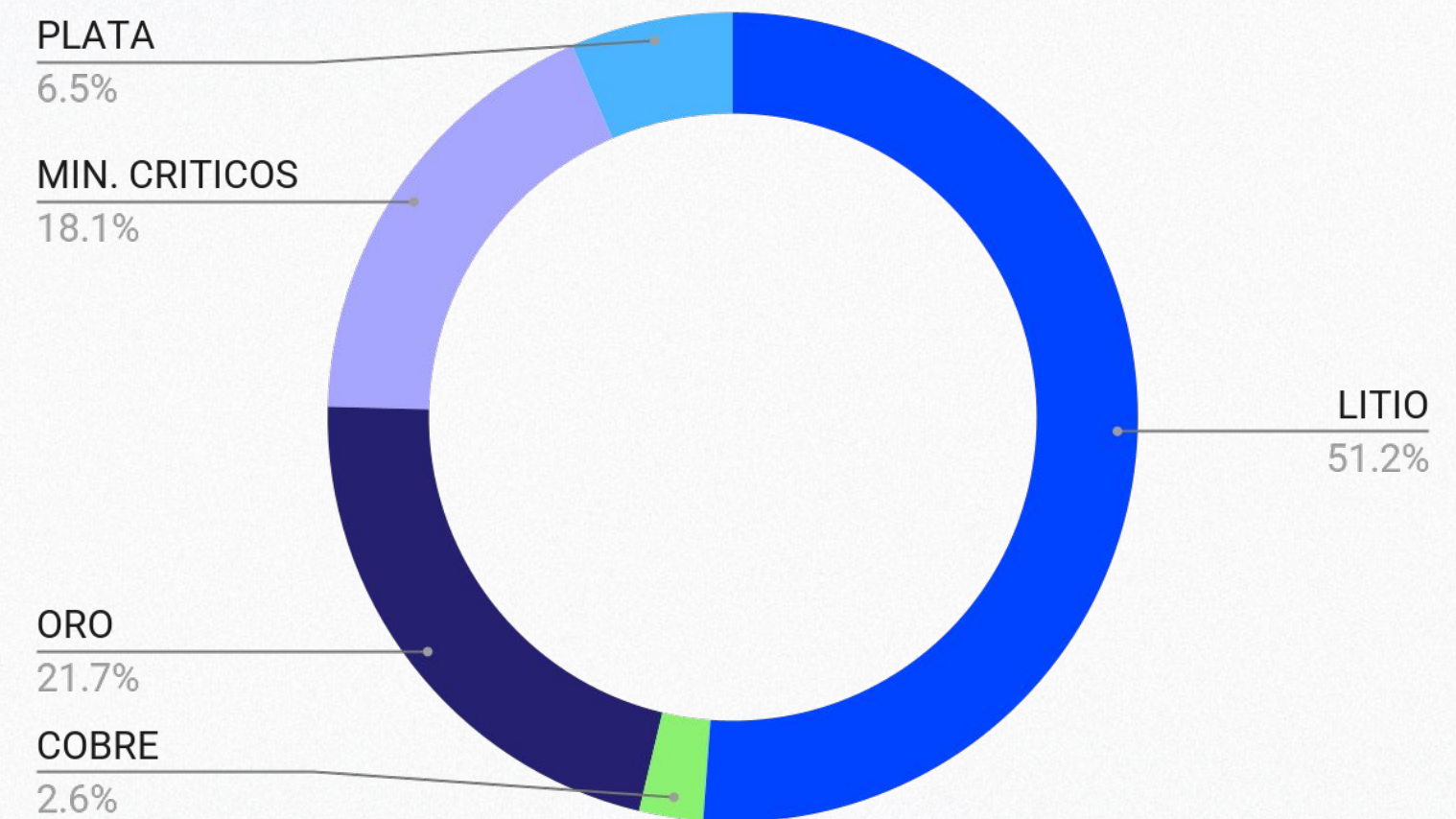
El empleo y el progreso de las operaciones estructuran la agenda. Cerro Negro y Newmont concentran gran parte de la conversación observada.

Principales minerales

PORCENTAJE DE MENCIONES POR MINERAL



PORCENTAJE DE INTERACCIONES POR MINERAL



EL LITIO DOMINA LA AGENDA

Lidera por presencia y también concentra la mayor cantidad de interacciones. Los usuarios lo consideran una esperanza para el futuro del país y una amenaza para los recursos naturales.

EL COBRE DOMINA LA COYUNTURA

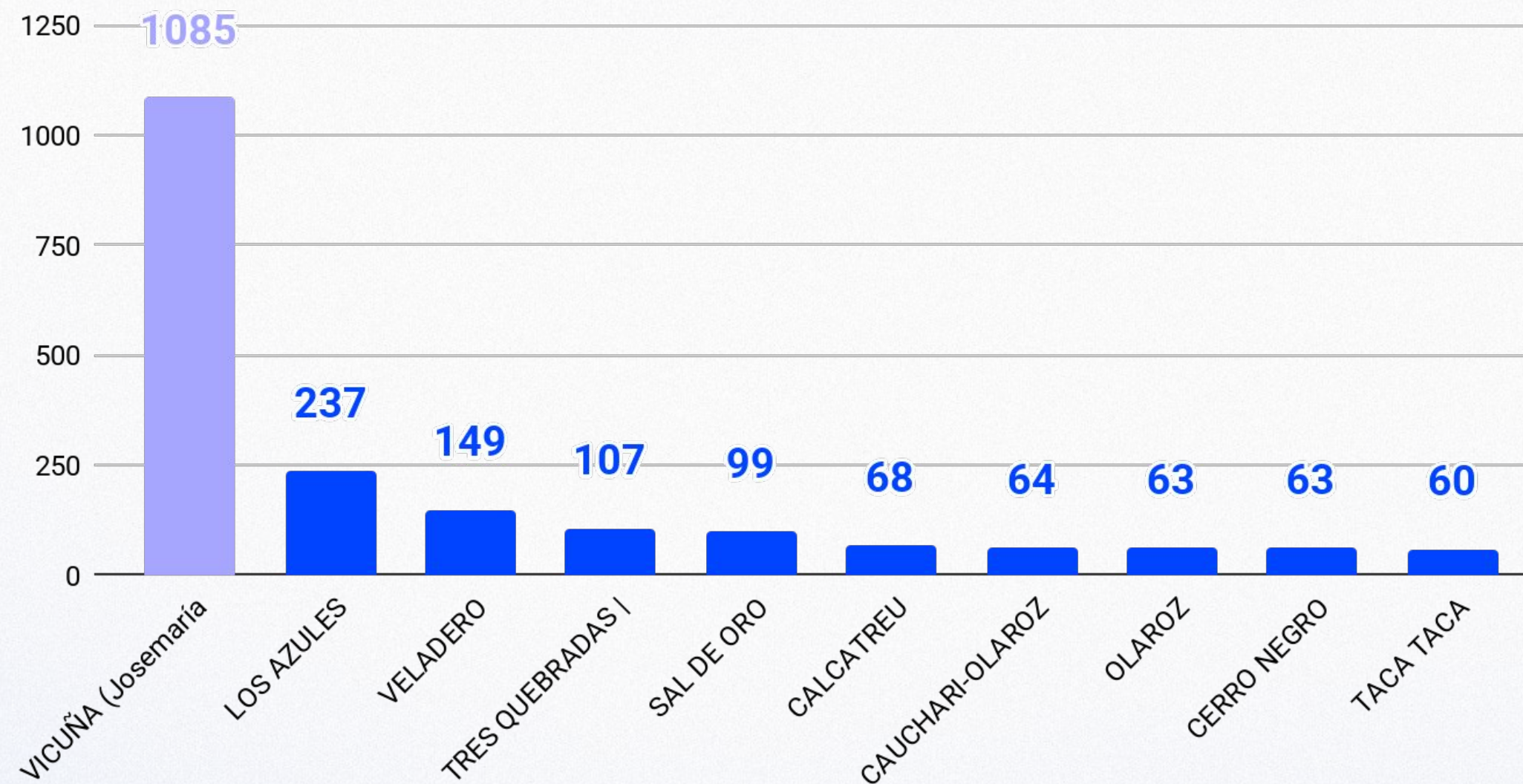
Aparece por debajo del litio en volumen, pero organiza el principal acontecimiento del período a través de Vicuña y San Juan.

EL ORO CONSERVA PESO OPERATIVO

Mantiene una agenda asociada a operaciones maduras, empleo y continuidad de proyectos, con focos reputacionales específicos como Veladero.

Proyectos mineros con mayor repercusión

CANTIDAD DE MENCIONES SOBRE CADA PROYECTO



CONCENTRACIÓN EXCEPCIONAL

Vicuña reúne 4,6 veces más publicaciones que Los Azules, el segundo proyecto del ranking.

MENOR VOLUMEN, ALTA EXPOSICIÓN

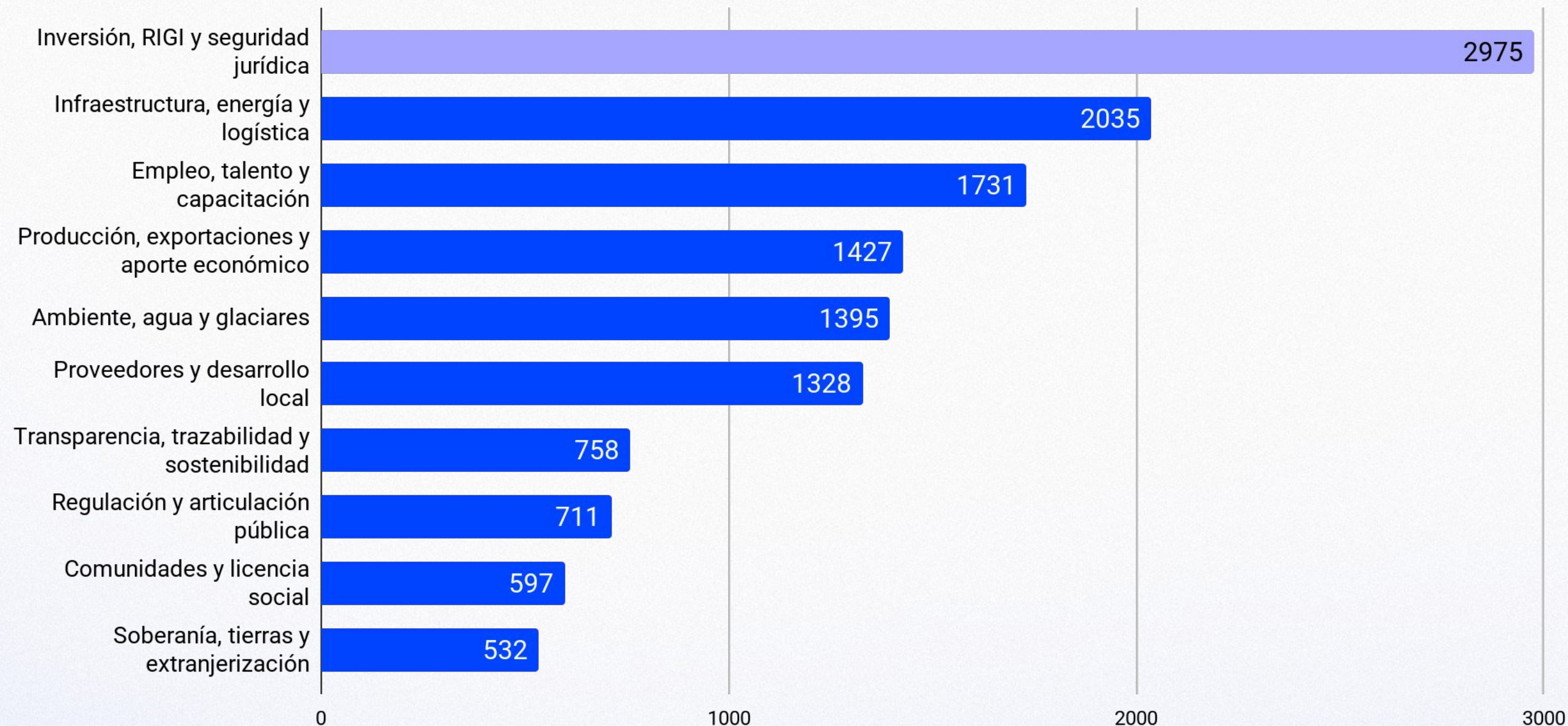
Tres Quebradas/3Q y Sal de Oro tienen menor volumen, pero alcanzan altos niveles de interacción por su asociación con RIGI, litio y capital extranjero.

ACTIVOS MADUROS, RIESGOS PERSISTENTES

Veladero combina visibilidad operativa con encuadres ambientales y soberanistas; es un caso donde el activo concentra más conversación que la marca Barrick.

Temas y narrativas que estructuran la conversación

CANTIDAD DE MENCIONES POR TEMÁTICA



Soberanía, tierras y extranjerización representan sólo el 6,6% de la conversación, pero promedian 72,8 interacciones por publicación: 2,8 veces el promedio del eje inversión/RIGI. Es el encuadre con mayor capacidad de convertir un tema sectorial en discusión pública.

Temas y narrativas que estructuran la conversación



Narrativa de oportunidad

Inversión/RIGI, infraestructura, empleo, exportaciones y proveedores funcionan como un relato integrado de desarrollo. Más de seis de cada diez publicaciones sobre producción/exportaciones también mencionan inversión o RIGI.



El desarrollo local está presente, pero no logra escalar

Proveedores y desarrollo local alcanzan el 16,4% del núcleo, pero promedian apenas 5,3 interacciones por publicación. Es un contenido frecuente y comercialmente importante que todavía no logra trascender el circuito sectorial.



Narrativa de control territorial

Soberanía, tierras, ambiente y comunidades forman el principal bloque de riesgo. Casi seis de cada diez publicaciones sobre soberanía/extranjerización también incorporan ambiente, agua o glaciares.



La sostenibilidad necesita pruebas concretas

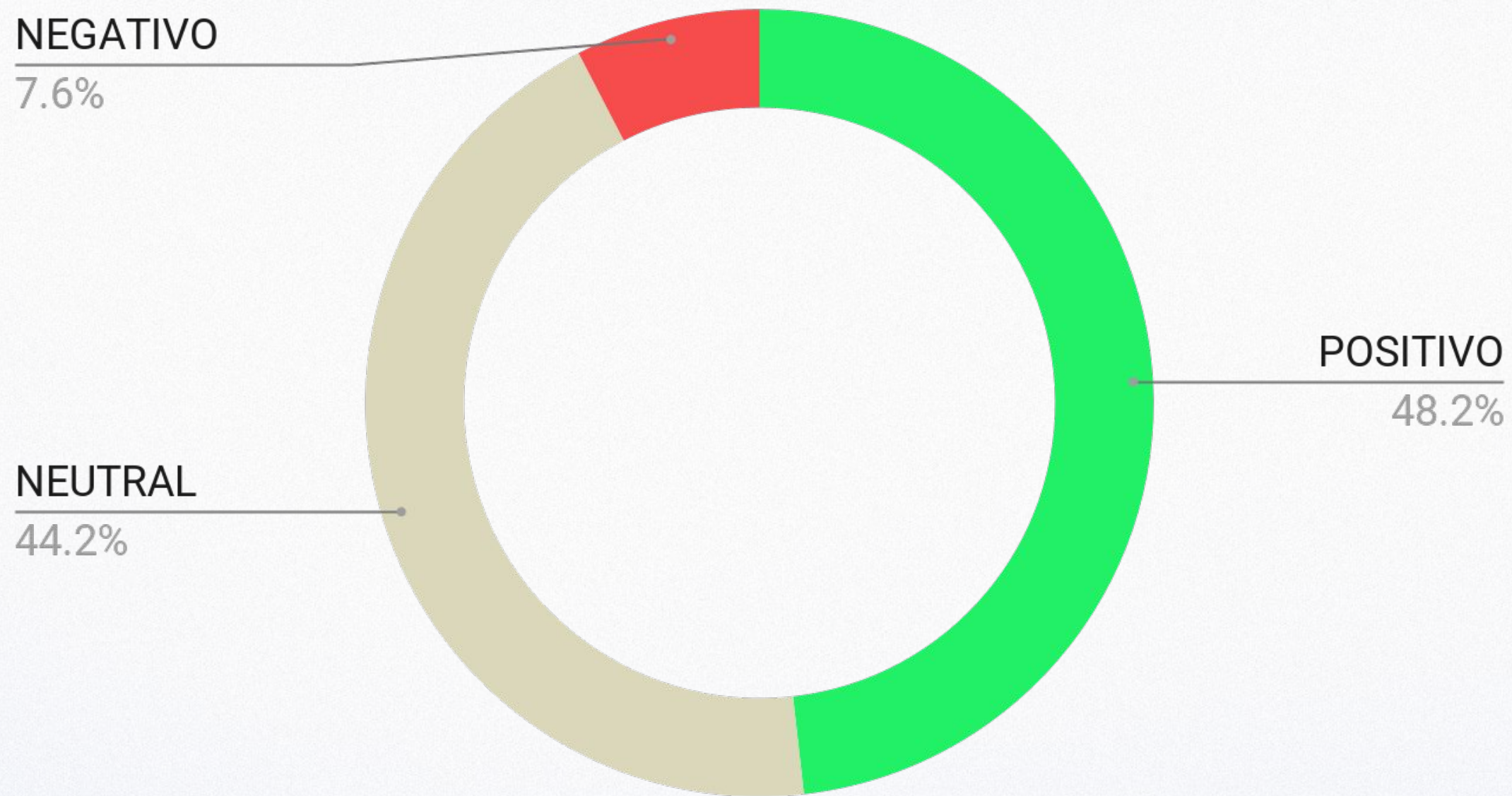
Transparencia, trazabilidad y sostenibilidad aparecen en el 9,3% y también muestran baja amplificación. El lenguaje técnico no compite por sí solo con marcos emocionales como agua, soberanía o entrega.



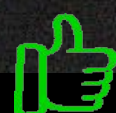
Varias narrativas pueden convivir en una misma coyuntura

El anuncio que impulsa el relato de inversión también puede activar preguntas sobre quién controla el recurso, quién recibe los beneficios y qué garantías ambientales existen.

Sentimiento general de la conversación sobre minería en el país



Sentimiento digital



48,2%

POSITIVO

La audiencia observa a la minería como oportunidad histórica de inversión extranjera y reinserción argentina en el mundo. En ese sentido, la militancia digital oficialista reivindica al RIGI como señal de previsibilidad para las empresas y aceleración de proyectos que, como consecuencia, resultará en más empleo, exportaciones, infraestructura y crecimiento de la actividad económica en el país a través de los minerales críticos como activos estratégicos.



44,2%

NEUTRO

Está compuesta por la cobertura mediática de los principales portales, informando novedades alrededor de la temática sin emitir una postura u opinión clara.



7,6%

NEGATIVO

Los usuarios que rechazan la actividad minera focalizan sus críticas en la extranjerización, cesión de territorio y pérdida de soberanía sobre recursos estratégicos. Además, señalan que la misma puede atraer riesgos irreversibles para la naturaleza (como la escasez de agua, el derretimiento de glaciares y el deterioro general de los ecosistemas). En esa línea, consideran que el Gobierno Nacional beneficia el negocio de las empresas a cambio de divisas sin lograr acuerdos de desarrollo tecnológico, mano de obra local capacitada o infraestructura que a largo plazo quede instalada en el territorio.

Sentimiento digital



Sentimiento digital



Sentimiento digital

CONVERSACIÓN	PERÍODO	VOLUMEN	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO
MINERÍA GENERAL	27/07–25/08	47.484	48,2%	44,2%	7,6%
LEY DE GLACIARES	01/04–09/04	41.972	31,4%	1,1%	67,5%
LEY DE TIERRAS	02/08–08/08	467.574	11,9%	5,1%	83,0%

El principal riesgo no es una conversación antiminera permanente, sino la capacidad de determinados acontecimientos para cambiar rápidamente el encuadre público de la actividad.

En la conversación minera cotidiana predominan los anuncios de inversión, empleo, infraestructura y producción

Sin embargo, ese equilibrio cambia cuando la actividad queda vinculada con conflictos regulatorios, ambientales o territoriales.

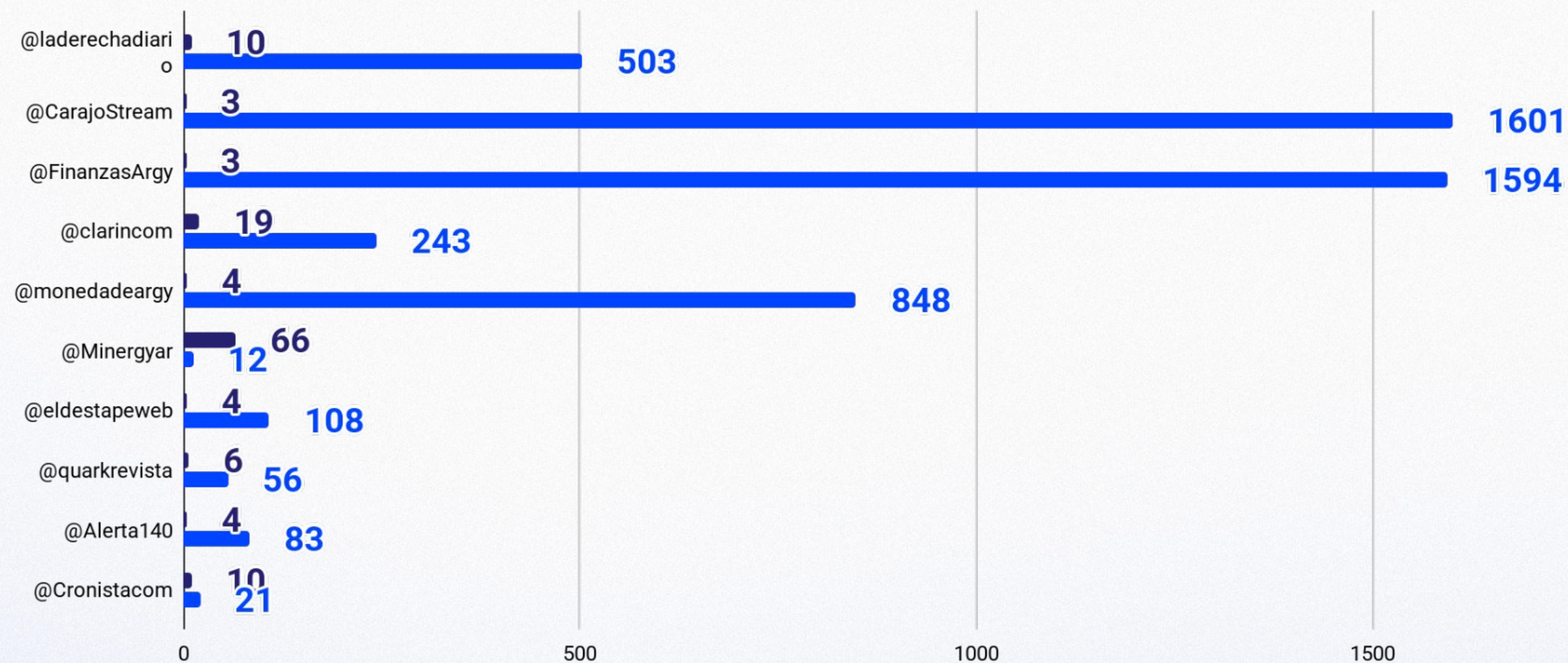
En los debates específicos sobre Glaciares y Tierras, la negatividad pasó a ser ampliamente mayoritaria.

La minería deja entonces de discutirse como actividad económica y queda incorporada a marcos más amplios de soberanía, protección del agua, extranjerización y control de los recursos.

Principales medios que sostienen la agenda minera en X

POSTEOS REALIZADOS E INTERACCIONES RECIBIDAS POR CUENTA

- CANTIDAD DE POSTS
- CANTIDAD DE INTERACCIONES

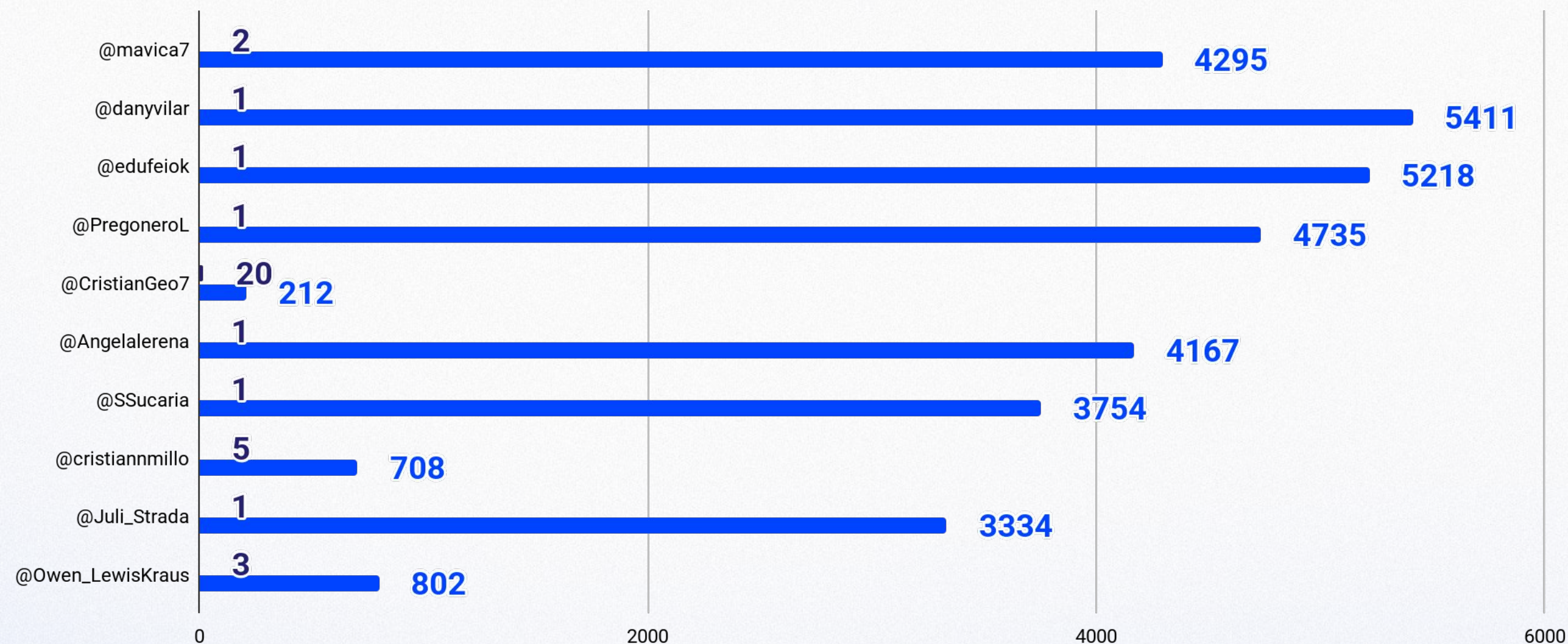


Los diez medios y cuentas informativas argentinas con mayor impacto acumularon 24.744 interacciones, equivalentes al 23,7% del total registrado en X. Los resultados muestran que la amplificación estuvo encabezada por medios generalistas y cuentas digitales de actualidad, mientras que los portales especializados en minería tuvieron un papel más sostenido en la producción y circulación cotidiana de contenidos.

Principales cuentas que amplifican las repercusiones sobre minería en X

POSTEOS REALIZADOS E INTERACCIONES RECIBIDAS POR CUENTA

- CANTIDAD DE POSTS
- CANTIDAD DE INTERACCIONES



Los diez influencers principales concentraron el 43,5% de las interacciones. En la mayoría de los casos, su posición se explica por una única publicación viral vinculada con Vicuña, la Ley de Tierras, la extranjerización o el control de los recursos. Esto muestra que el impacto de la conversación minera depende menos de la producción sostenida de contenidos que de la intervención coyuntural de voces externas al sector.

Medios digitales de minería

VOLUMEN DE TRÁFICO WEB

Medio	Visitas jul 2026	Visitas Únicas
mineriaydesarrollo.com	20.575	12.314
minergy.ar	17.748	15.463
panorama-minero.com	11.505	7.225
mineria.com.ar	11.081	905
editorialrn.com.ar	10.737	6.543
saltamining.com	8.203	5.308
miningpress.com	5.185	4.635
infomineroarg.com	3.242	1.722
fuerzaminera.com	2.129	1.087
noticiasmineras.com.ar	1.643	492
clubminero.com	1.48	784
noticiasdemineria.com.ar	1.472	542
mineriasustentable.com.ar	1.459	546
elinversorenergetico.com	806	805
sanjuanminero.com.ar	296	251

La concentración del tráfico convive con comportamientos de audiencia muy diferentes

Los cinco medios con más visitas concentran el 73,4% del tráfico y el 72,4% de los usuarios únicos, una concentración prácticamente igual en ambas métricas.

minergy.ar tiene casi la misma cantidad de visitas que **mineriaydesarrollo.com**, pero reúne 3.149 usuarios únicos más: el volumen de visitas no representa necesariamente el mismo tamaño de audiencia.

mineria.com.ar concentra el 11,4% de las visitas del universo, pero solo el 1,5% de los usuarios únicos, con 12,24 visitas por usuario.

*Las visitas cuentan cada vez que alguien entra al sitio, incluso si una misma persona entra varias veces. Las visitas únicas cuentan a cada persona una sola vez, aunque haya ingresado más de una vez.

Medios digitales de minería

ORIGEN DEL TRÁFICO

Medio	% Directo	% Orgánico	% Tráfico IA
mineria.com.ar	92,86%	4,05%	0%
mineriaydesarrollo.com	81,94%	15,83%	1,2%
saltamining.com	77,67%	15,19%	2,9%
noticiasdemineria.com.ar	75,14%	6,45%	0%
infomineroarg.com	74,77%	8,79%	0%
mineriassustentable.com.ar	56,27%	27,21%	1,44%
minergy.ar	55,81%	4,58%	0,23%
fuerzaminera.com	51,43%	31,99%	0%
clubminero.com	50,81%	47,77%	1,42%
noticiasmineras.com.ar	49,05%	30,74%	0%
editorialrn.com.ar	34,59%	59,74%	1,37%
panorama-minero.com	26,85%	63,43%	3,79%
miningpress.com	21,93%	71,28%	3,86%
elinversorenergetico.com	17%	51,98%	0%

El acceso directo es la principal puerta de entrada en la mayoría de los medios

9 de los 14 medios tienen al tráfico directo como principal fuente de visitas. En 4 medios predomina el tráfico orgánico.

Cinco medios superan el 70% de tráfico directo: mineria.com.ar, mineriaydesarrollo.com, saltamining.com, noticiasdemineria.com.ar e infomineroarg.com.

Tres medios concentran más del 60% de su tráfico en búsquedas orgánicas: panorama-minero.com, miningpress.com y editorialrn.com.ar.

*El tráfico directo reúne las visitas de quienes ingresan directamente al sitio. El tráfico orgánico corresponde a quienes llegan desde una búsqueda en Google u otros buscadores.

Medios digitales de minería

DISTRIBUCIÓN DE LA AUDIENCIA

Medio	% Argentina	2° país
noticiasmineras.com.ar	100.00%	—
infomineroarg.com	100.00%	—
sanjuanminero.com.ar	100.00%	—
mineriassustentable.com.ar	98,56%	Pakistán 1,44%
mineria.com.ar	94,92%	Chile 1,46%
clubminero.com	94,66%	Canadá 3,92%
noticiasdemineria.com.ar	91,92%	Panamá 8,08%
editorialrn.com.ar	86,66%	México 2,89%
mineriaydesarrollo.com	81,08%	Suecia 9,6%
saltamining.com	61,83%	Perú 27,11%
panorama-minero.com	62,95%	Suecia 10,61%
fuerzaminera.com	58,53%	Perú 28,93%
minergy.ar	57,16%	Chile 42,3%
elinversorenergetico.com	52,48%	México 21,09%
miningpress.com	45,19%	Colombia 15,43%

La audiencia internacional se concentra en un grupo reducido de medios

7 de los 15 medios tienen más del 90% de su audiencia en Argentina, mientras 4 tienen más del 40% de audiencia internacional.

miningpress.com es el único medio con mayoría de audiencia internacional: 54,81% de sus visitas provienen del exterior.

minergy.ar presenta la mayor concentración internacional en un único mercado: Chile representa 42,3% de su audiencia, frente a 57,16% de Argentina.

Perú concentra una parte significativa de la audiencia internacional de dos medios: representa 27,11% de **saltamining.com** y 28,93% de **fuerzaminera.com**.

Medios digitales de minería

DISTRIBUCIÓN DE GÉNERO

Medio	% Masculino	% Femenino
mineriaydesarrollo.com	42,17%	57,83%
minergy.ar	74,92%	25,08%
panorama-minero.com	51,89%	48,11%
mineria.com.ar	61,48%	38,52%
editorialrn.com.ar	51,51%	48,49%
saltamining.com	77,05%	22,95%
miningpress.com	51,19%	48,81%
infomineroarg.com	44,52%	55,48%
fuerzaminera.com	40,17%	59,83%
noticiasmineras.com.ar	84,71%	15,29%
clubminero.com	46,29%	53,71%
noticiasdemineria.com.ar	50,28%	49,72%
mineriasustentable.com.ar	42,17%	57,83%
elinversorenergetico.com	19,38%	80,62%
sanjuanminero.com.ar	42,03%	57,97%

La composición de género es la dimensión más heterogénea de la audiencia

✚ Hay medios con una audiencia **fuertemente masculina**, como Noticias Mineras, donde alcanza el 84,71%.

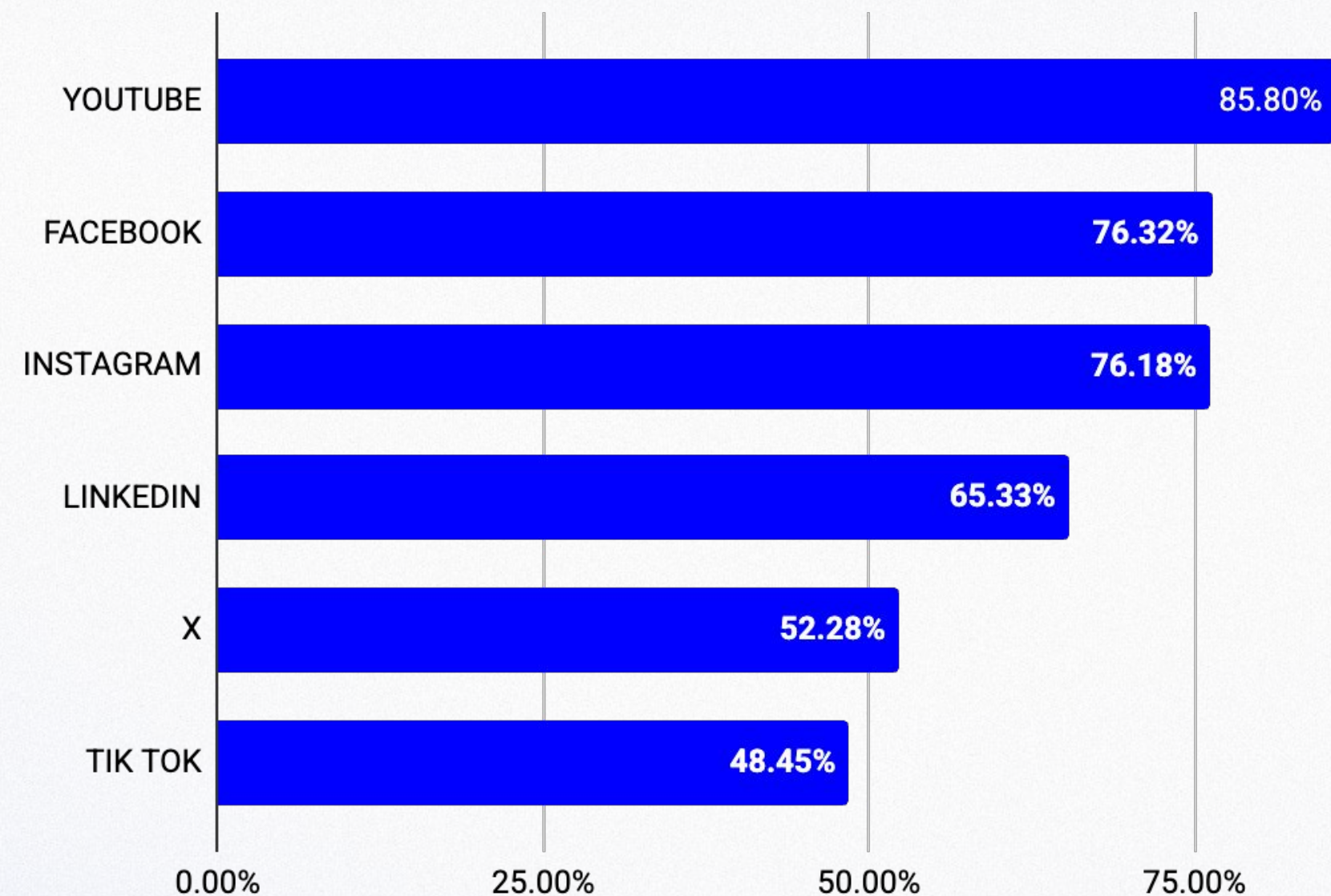
✚ En el extremo contrario, **El Inversor Energético tiene 80,62% de audiencia femenina**.

✚ Entre ambos extremos, varios medios presentan una composición prácticamente equilibrada, como Panorama Minero, Editorial RN, Mining Press y Noticias de Minería.

✚ Esto muestra que **no existe un único perfil demográfico de la audiencia minera**, sino comunidades con composiciones diferentes según el medio.

Medios digitales de minería

AFINIDAD POR RED SOCIAL



*La afinidad muestra qué porcentaje de la audiencia de cada medio también utiliza cada red social.

La afinidad social y el volumen de tráfico web muestran patrones diferentes

✚ mineriaydesarrollo.com lidera en visitas, pero registra la menor afinidad promedio con las seis redes analizadas, con 30,1%.

✚ Cuatro medios superan el 90% de afinidad en Facebook, YouTube e Instagram a la vez: mineriasustentable.com.ar, noticiasdemineria.com.ar, noticiasmineras.com.ar y fuerzaminera.com.

✚ minergy.ar e infomineroarg.com presentan perfiles sociales opuestos: minergy.ar concentra sus mayores afinidades en Facebook, Instagram y TikTok, mientras infomineroarg.com las concentra en YouTube, LinkedIn y X.

✚ **LinkedIn** concentra algunos de los perfiles más extremos del conjunto: infomineroarg.com alcanza 100% de afinidad, mineriasustentable.com.ar 95,97% y mineria.com.ar 90,28%, mientras minergy.ar registra apenas 4,09%.

Ficha técnica

- **Método:** análisis de tráfico web y social listening mediante códigos booleanos.
- **Objetivo:** identificar intereses relevantes, contabilizar sus repeticiones y captar el sentimiento digital.
- **Redes monitoreadas:** X | Facebook | Instagram | TikTok | Youtube | LinkedIn
- **Periodo de análisis:** 27 de julio al 25 de agosto de 2026.

Somos una agencia de comunicación digital especializada en investigación, análisis de datos y desarrollo de estrategias de comunicación.

Trabajamos con empresas, gobiernos y organizaciones en Argentina y América Latina, desarrollando estrategias que convierten información en mejores decisiones y comunicación más efectiva.

NUESTRO EQUIPO: EXPERIENCIA QUE MARCA LA DIFERENCIA



Pablo Pérez Paladino

Estrategia
ESTRATEGIA, COMUNICACIÓN,
RELACIONES INSTITUCIONALES



Mauro Francomano

Estrategia SEM
CAMPAÑAS PAID MEDIA EN META ADS,
GOOGLE, TIK TOK, X, LINKEDIN



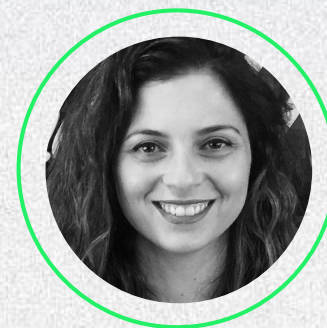
Victoria Brusa

Prensa
RELACIONES PÚBLICAS
E INSTITUCIONALES



Matías Marchueta

Estrategia de Marca
BRANDING, DISEÑO



Malena Dip

Estrategia Digital
ESTRATEGIA, COMUNICACIÓN DIGITAL,
REDES SOCIALES



Agustina Falak

Investigación
ANÁLISIS DE OPINIÓN PÚBLICA,
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN



Alejo Sanzo

Análisis de Datos
SOCIAL LISTENING, ONCLUSIVE,
BRAND 24



Mara Gangeme

Diseño Gráfico
DISEÑO DIGITAL, IDENTIDAD VISUAL.
REDES SOCIALES



Matías Sánchez Josseaume

Asuntos Públicos
RESPONSABLE ÁREA
COMERCIAL



Salvador Zabalet

Análisis de Datos
SOCIAL LISTENING, ONCLUSIVE,
BRAND 24



Luciana Bain

Análisis de Datos
MEDIA ANALYSIS, BENCHMARKING,
SEMRUSH



Valentina Puricelli

Análisis de Datos
SOCIAL LISTENING, ONCLUSIVE,
BRAND 24

Enter
COMUNICACIÓN



www.entercomunicacion.com.ar



contacto@entercomunicacion.com.ar



+54 9 11 3639 5587