

OCTUBRE 2026

Enter
COMUNICACIÓN

DATA TO DECIDE

Minería en Foco

INFORME DE MONITOREO Y CONVERSACIÓN DIGITAL

MINERÍA EN FOCO

Radiografía de la conversación digital sobre minería

Resumen ejecutivo

La negatividad subió, pero responde a la polarización del debate y no a un rechazo a la industria

El clima conversacional de la minería en Argentina registra un **41,85%** de menciones **positivas** frente a un **32,24%** de **negativas**, que aumentaron un 24,6%. Este crecimiento no refleja un rechazo a la actividad, sino la **polarización del debate político** y regulatorio, centrado en los incentivos fiscales del **RIGI** (52,4% de las críticas) y los **reclamos socioambientales** vinculados al agua (41,1%).

Las narrativas económicas y de inversión lideran el relato

La narrativa **económico-desarrollista** domina la agenda digital, impulsada por los ejes de Inversión (22%), Producción (17%) e Infraestructura (13%). En este contexto, **Glencore** lidera la conversación corporativa (35,64%) gracias a sus proyectos de cobre (MARA y El Pachón) y al respaldo de sus inversiones bajo el RIGI.

El litio y el cobre concentran la discusión de minerales y proyectos

En cuanto a los recursos, el **litio** (38%) y el **cobre** (21%) lideran el interés público en la discusión sobre minerales, destacándose como los proyectos con mayor volumen de menciones **Vicuña** en San Juan (25,69%) y MARA / Agua Rica en Catamarca (17,95%).

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

El Noroeste y Cuyo continúan liderando la conversación, al igual que en el informe anterior. Salta concentra el 18,8% de las publicaciones, seguida por San Juan (17,9%) y Catamarca (16,1%), que registra el mayor promedio de interacciones por post (25,8).

Resumen ejecutivo

X es el motor de la polarización política y el debate institucional

La red social X canaliza las discusiones macroeconómicas, los cruces entre dirigentes sobre la "soberanía fiscal" y la réplica masiva de anuncios del RIGI, concentrando la mayor tasa de interacción del ecosistema digital minero.

Facebook y las redes locales territoriales enfocan la discusión comunitaria

Mientras X nacionaliza el debate, Facebook e Instagram se mantienen como canales clave para la percepción ciudadana en las provincias mineras, absorbiendo reclamos sobre empleo local, proveedores provinciales e impacto en las comunidades.

La prensa masiva y económica nacional fija el alcance de la agenda

Los medios generalistas y económicos nacionales (Clarín, Infobae, La Nación, Ámbito) explican el 62,40% del volumen en medios, traduciendo la coyuntura sectorial en temas de impacto macroeconómico, divisas e inserción internacional de Argentina.

Menciones, audiencia y alcance



39K

MENCIONES

Entre el 13 de septiembre y el 12 de octubre, la conversación digital sobre minería acumuló un volumen total de **39.049** menciones, generadas por aproximadamente **12.300** autores únicos.



10M

USUARIOS

Durante los días analizados, los contenidos alcanzaron una audiencia potencial estimada de **10.2 millones de usuarios**, demostrando que la minería logró trascender el circuito estrictamente especializado e ingresar en conversaciones económicas, políticas y territoriales más amplias.

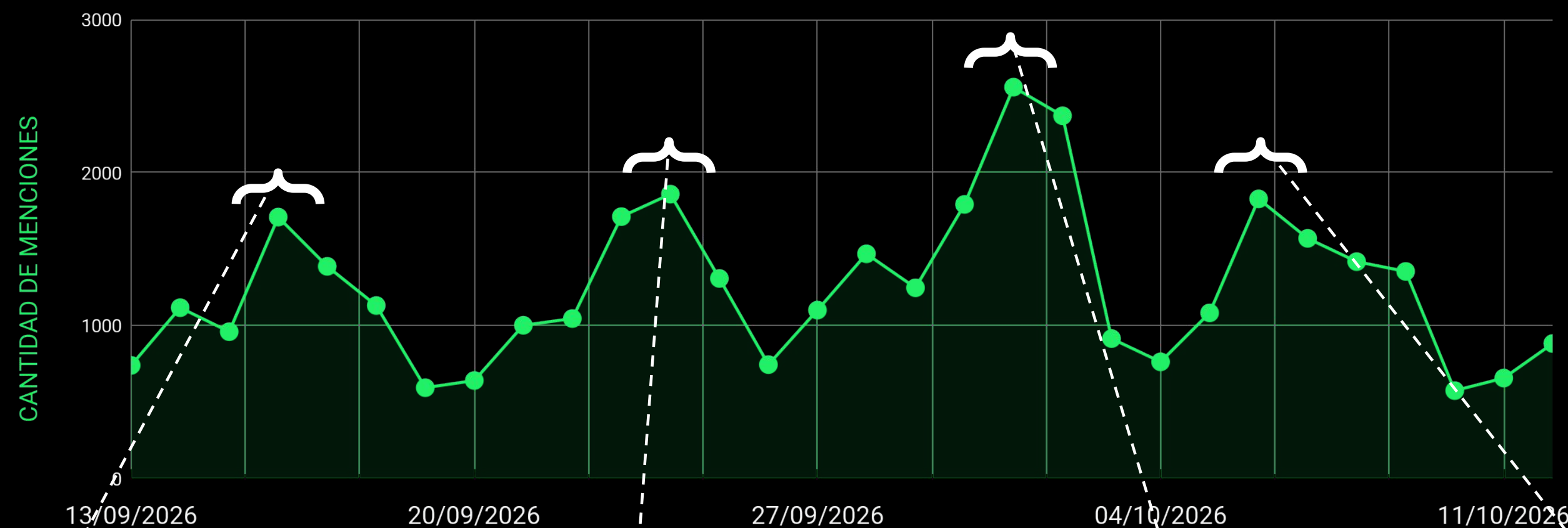


275K

INTERACCIONES

Las publicaciones relevantes analizadas reunieron **275.352 interacciones**. Aunque predominó un clima favorable, la conversación mostró **polarización** entre los anuncios de inversiones bajo el RIGI y las críticas por soberanía fiscal, impacto socioambiental y uso del agua.

Evolución de la conversación



16 de septiembre | Anuncio del megaproyecto Vicuña en San Juan

24 de septiembre | Corredor Andes-Atlántico en la ONU y bono de San Juan

1 de octubre | Anuncios RIGI y Arg Week en París

6 de octubre | Inauguración de la planta de litio POSCO

Evolución de la conversación

PRINCIPALES OLEADAS

16 de septiembre — Anuncio del megaproyecto Vicuña en San Juan

El impulso al Distrito Vicuña en San Juan (cobre, oro y plata) lideró la agenda con foco en inversiones de gran escala, infraestructura cordillerana y empleo local.

24 de septiembre — Corredor Andes-Atlántico en la ONU y bono de San Juan

La propuesta del Corredor Andes-Atlántico en la ONU y las herramientas de financiamiento en San Juan reactivaron la discusión sobre logística exportadora y desarrollo provincial

1 de octubre — Anuncios RIGI y cumbre en París

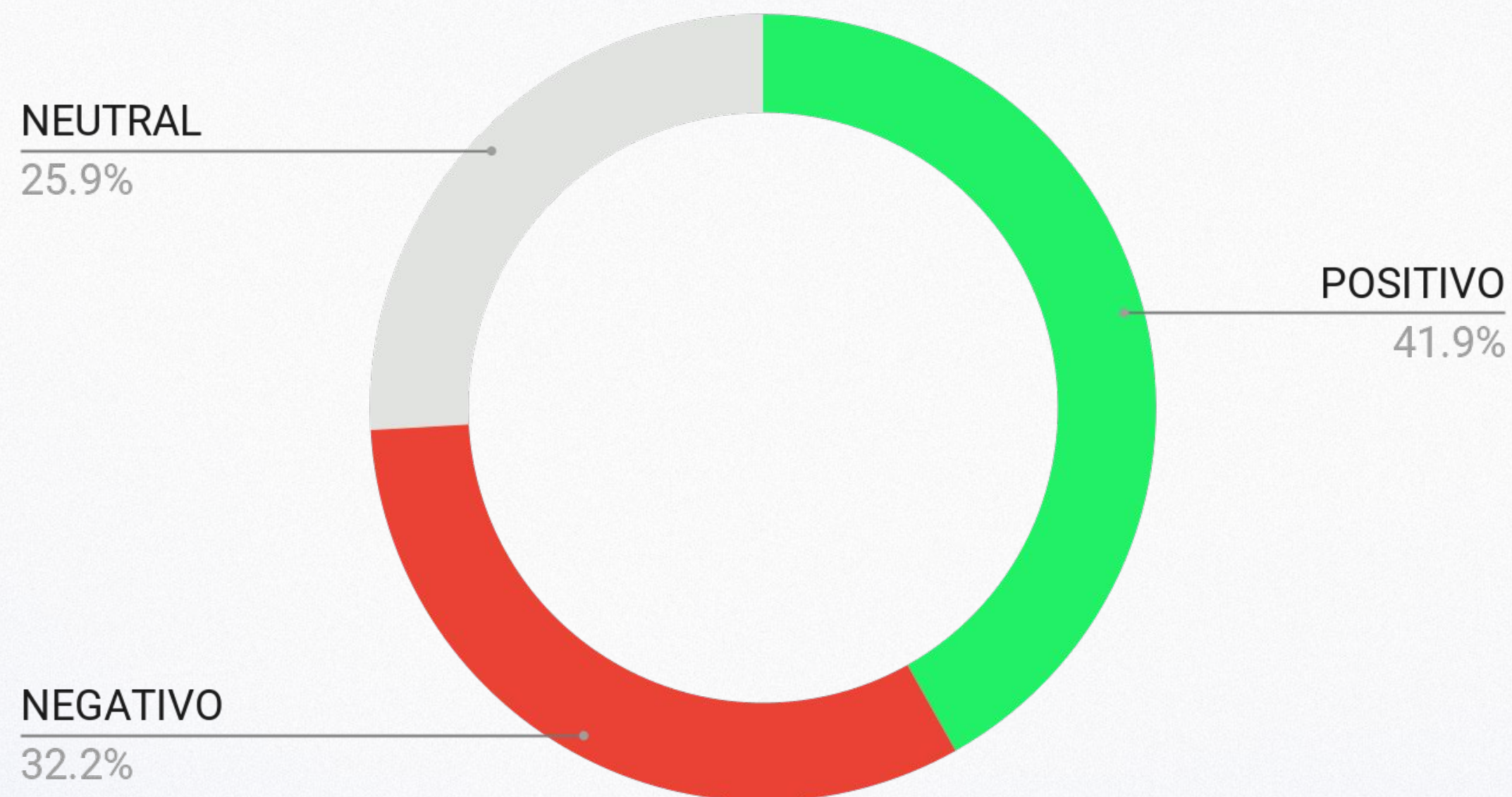
Representó el pico máximo del período, impulsado por la Argentina Week en París y anuncios de inversión RIGI (como Glencore y Eramet), concentrando el debate macroeconómico sobre divisas e incentivos fiscales.

6 de octubre — Inauguración de la planta de litio POSCO

La puesta en marcha de POSCO en Sal de Oro consolidó la conversación sobre el litio en el NOA, destacando el inicio de producción, las exportaciones y el desarrollo de proveedores.

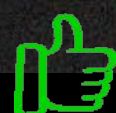
La agenda crece y se polariza cuando los anuncios de inversión del RIGI trasladan el debate desde la expectativa económica hacia controversias políticas sobre beneficios fiscales y sostenibilidad hídrica en los territorios.

Sentimiento general de la conversación sobre minería en el país



Nota metodológica sobre el volumen sin categorizar: Más de la mitad de la muestra corresponde a publicaciones de carácter informativo, reportes técnicos, reproducciones directas y cables de prensa donde el algoritmo no identifica una carga valorativa explícita. Al aislar exclusivamente las publicaciones con polaridad definida, la postura positiva consolida una brecha a favor de +9,61 puntos porcentuales respecto a la perspectiva negativa.

Sentimiento digital



41,85%

POSITIVO

La positividad está impulsada por la narrativa desarrollista e inversora. Se celebran los anuncios de capital bajo el RIGI y la cumbre en París por consolidar la seguridad jurídica y la llegada de inversiones extranjeras. Además, se destaca el impacto directo en la creación de empleo regional, el futuro ingreso de divisas y el posicionamiento estratégico de Argentina como actor clave de litio y cobre para la transición energética global.



25,91%

NEUTRO

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



32,24%

NEGATIVO

Las críticas no reflejan un rechazo a la actividad minera en sí misma, sino un debate polarizado sobre el esquema fiscal y los recursos. Los cuestionamientos se centran en el RIGI (52,4% de la negatividad), señalando una pérdida de soberanía fiscal y de recaudación por otorgar incentivos a 30 años a corporaciones extranjeras sin exigir agregado de valor local ni transferencia tecnológica. En paralelo, la agenda socioambiental (41,1%) enfatiza la presión sobre el recurso hídrico en salares de la Puna y el riesgo sobre cuencas frágiles.

Sentimiento digital



Sentimiento digital



Variación interperiodo del sentimiento

CATEGORÍA	INFORME ANTERIOR	INFORME ACTUAL	VARIACIÓN
POSITIVIDAD	48,2%	41,85%	Bajó (-6,35%)
NEGATIVIDAD	7,6%	32,24%	Subió (+24,64%)
NEUTRALIDAD	44,2%	25,91%	Bajó (-18,29%)

El clima digital se reconfiguró: la positividad cayó levemente y los contenidos informativos/ neutrales disminuyeron, provocando un aumento del **24,6%** en la **polaridad negativa**.

Cuestionamientos al RIGI y soberanía fiscal (52.4%)

Fue el principal motor de negatividad, trasladando el debate hacia las adhesiones provinciales y la Argentina Week. Se critica la pérdida de recaudación fiscal y la exportación de materia prima sin procesamiento local.

Reclamos socioambientales e impacto hídrico (41.1%)

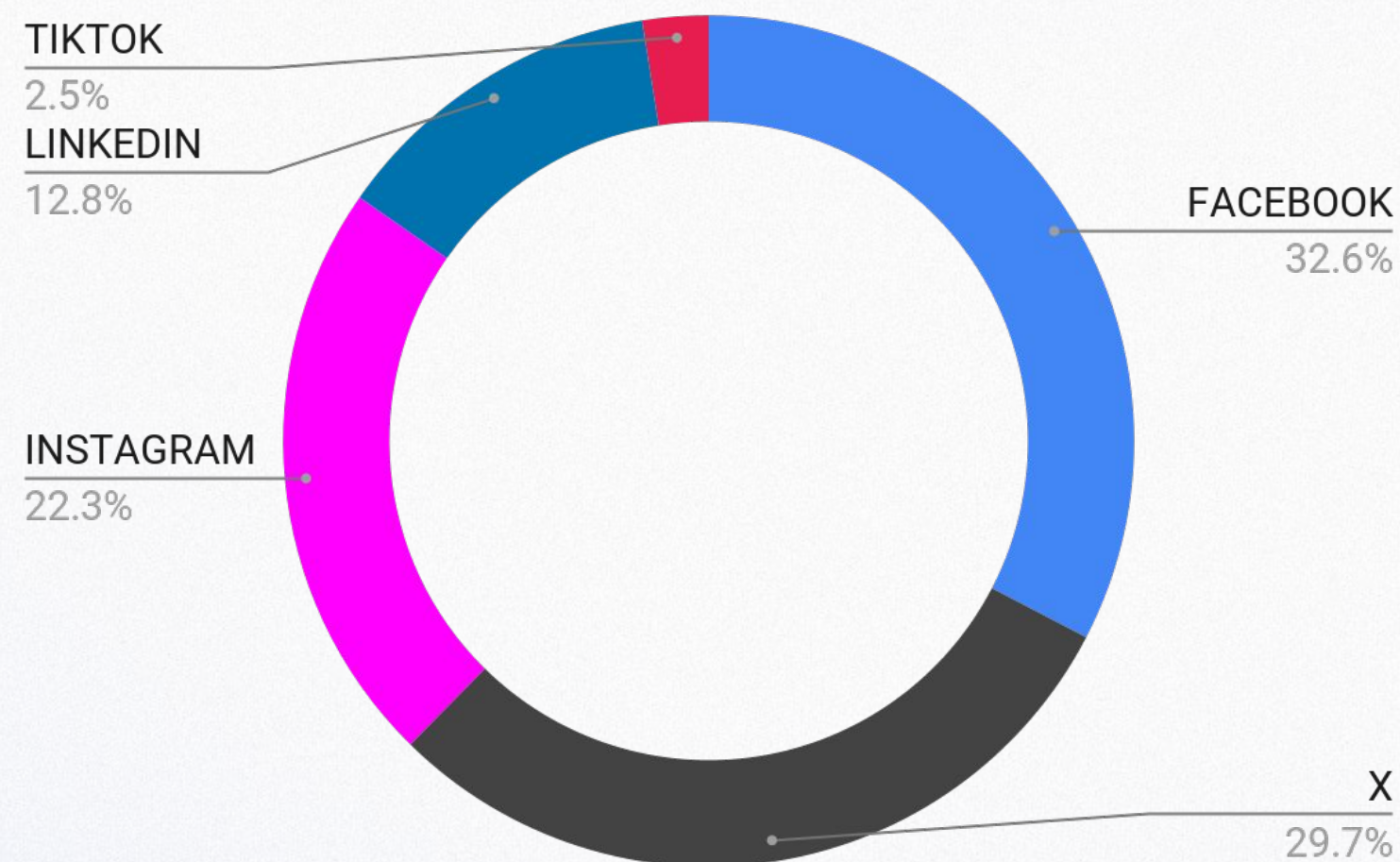
Corresponde al volumen asociado a la narrativa ambiental-territorial, cuyo disparador clave es la preocupación por el consumo y la gestión del agua.

Disputas por empleo local y cadena de valor pyme (6.5%)

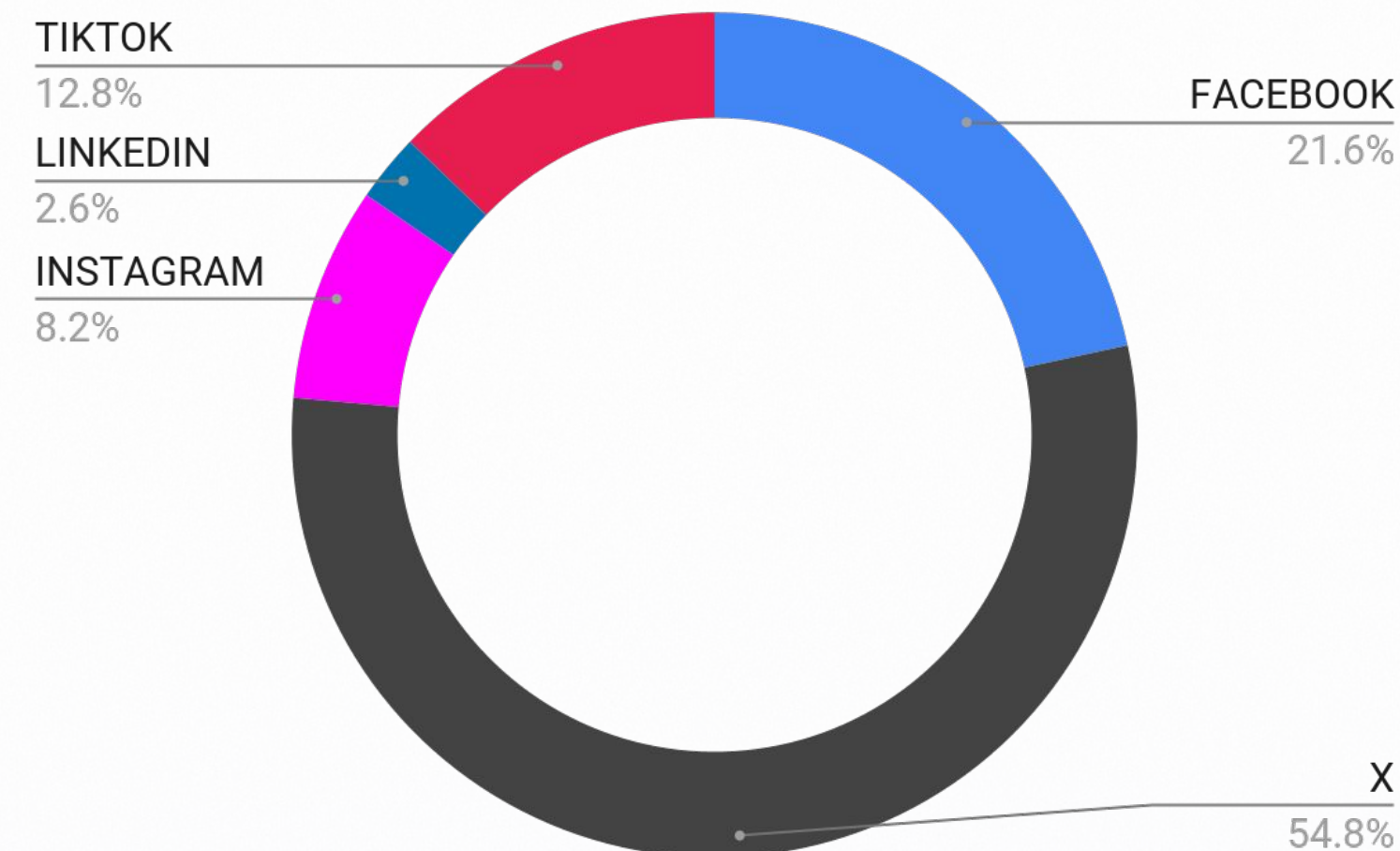
Impulsado por tensiones territoriales en el NOA y Cuyo, con reclamos hacia las operadoras por incumplimiento en la contratación de mano de obra local y demandas de cámaras empresarias provinciales.

Plataformas y dinámica de amplificación

PORCENTAJE DE MENCIONES POR PLATAFORMA



PORCENTAJE DE INTERACCIONES POR PLATAFORMA



Plataformas y dinámica de amplificación



X — La disputa reputacional se concentra en X

El motor de la conversación política, económica e institucional en tiempo real. Aquí se debaten con mayor intensidad el RIGI, las decisiones macroeconómicas, los cruces entre funcionarios y los anuncios de inversión.



Facebook — Territorializa la conversación

Canal clave para la discusión comunitaria local, grupos vecinales y portales de noticias de municipios del interior minero. Las publicaciones suelen generar comentarios de opinión ciudadana directa (a favor y en contra de la actividad).



LinkedIn — Sostén de la conversación sectorial

Esta es la red del networking corporativo, ofertas de empleo técnico, análisis de mercado de proveedores mineros, innovación tecnológica y comunicados de grandes operadoras.

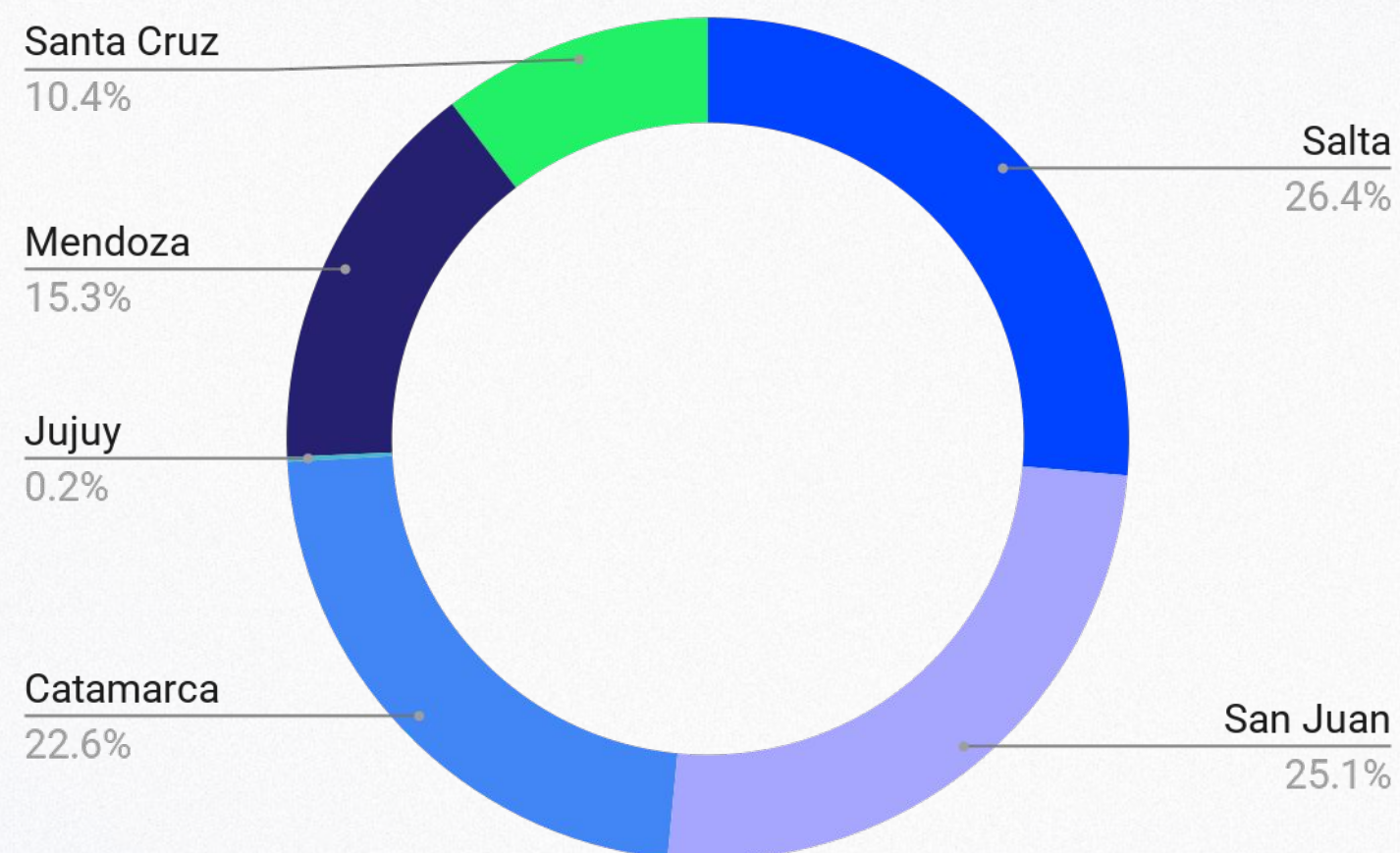


TikTok — Alto engagement en divulgación

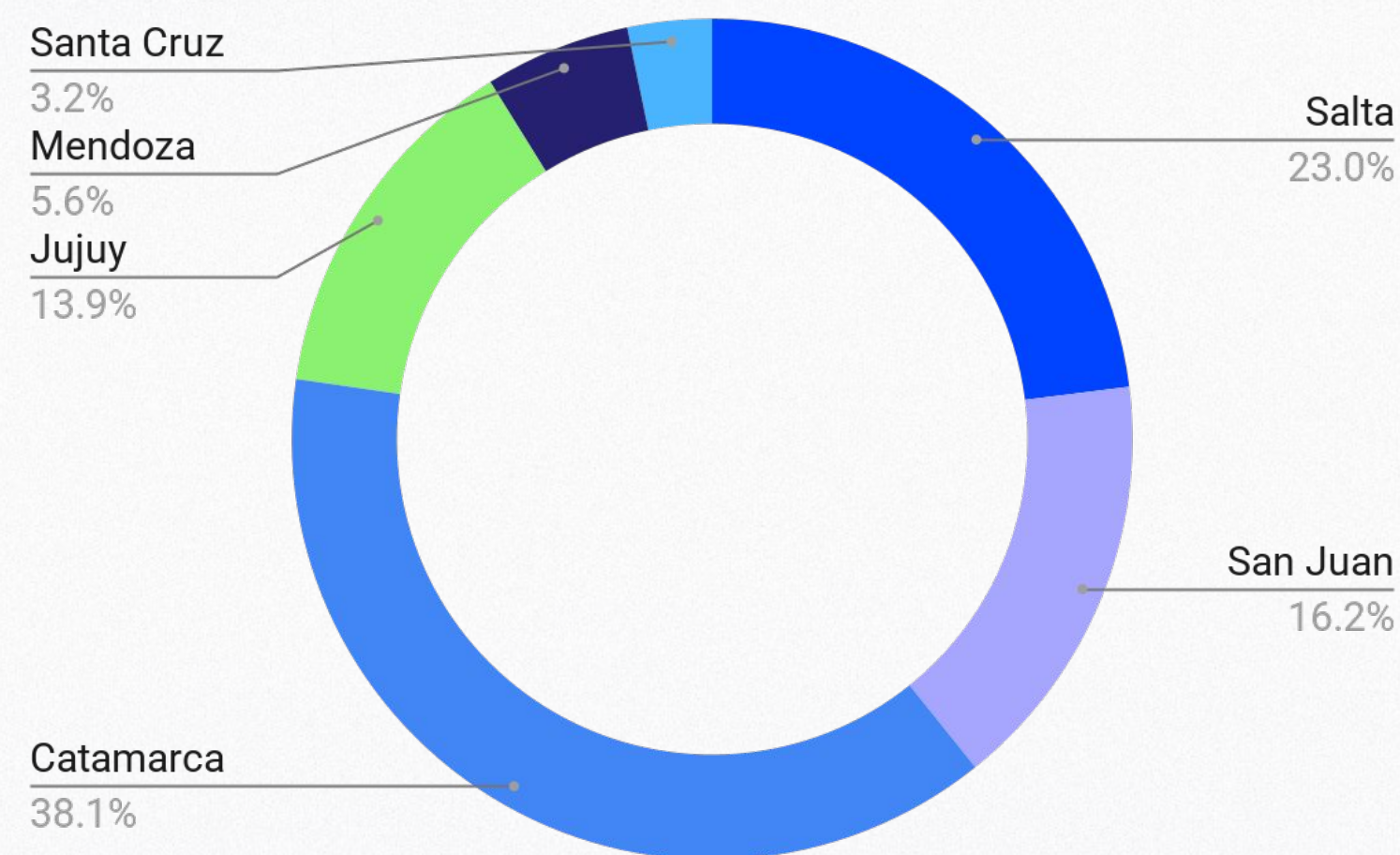
Aquí prevalecen las piezas de divulgación territorial, videos cortos explicativos sobre cómo se extrae el litio o el cobre, y debates de opinión con fuerte llegada a audiencias jóvenes

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



Salta, volumen impulsado por el litio

Se posiciona como el distrito con mayor cantidad absoluta de publicaciones, impulsada por la intensa actividad exploratoria y de construcción de proyectos de litio en el salar de Rincón, Centenario-Ratones y Sal de Vida.



Jujuy, entre producción y licencia social

Impulsada por Cauchari-Olaroz, combina hitos del litio con debates sobre licencia social, comunidades originarias y desarrollo local.



San Juan, la indiscutida capital del cobre

Líder indiscutida en cobre impulsada por el Distrito Vicuña, Josemaría y Los Azules. La agenda se centra en salida logística por el Pacífico (Chile), alianzas con EE. UU. y controles ambientales hídricos.



Mendoza, con foco en el empleo joven

Impulsada por Malargüe Occidental, combina expectativas de exploración con debates de zoneo e iniciativas de empleo joven.

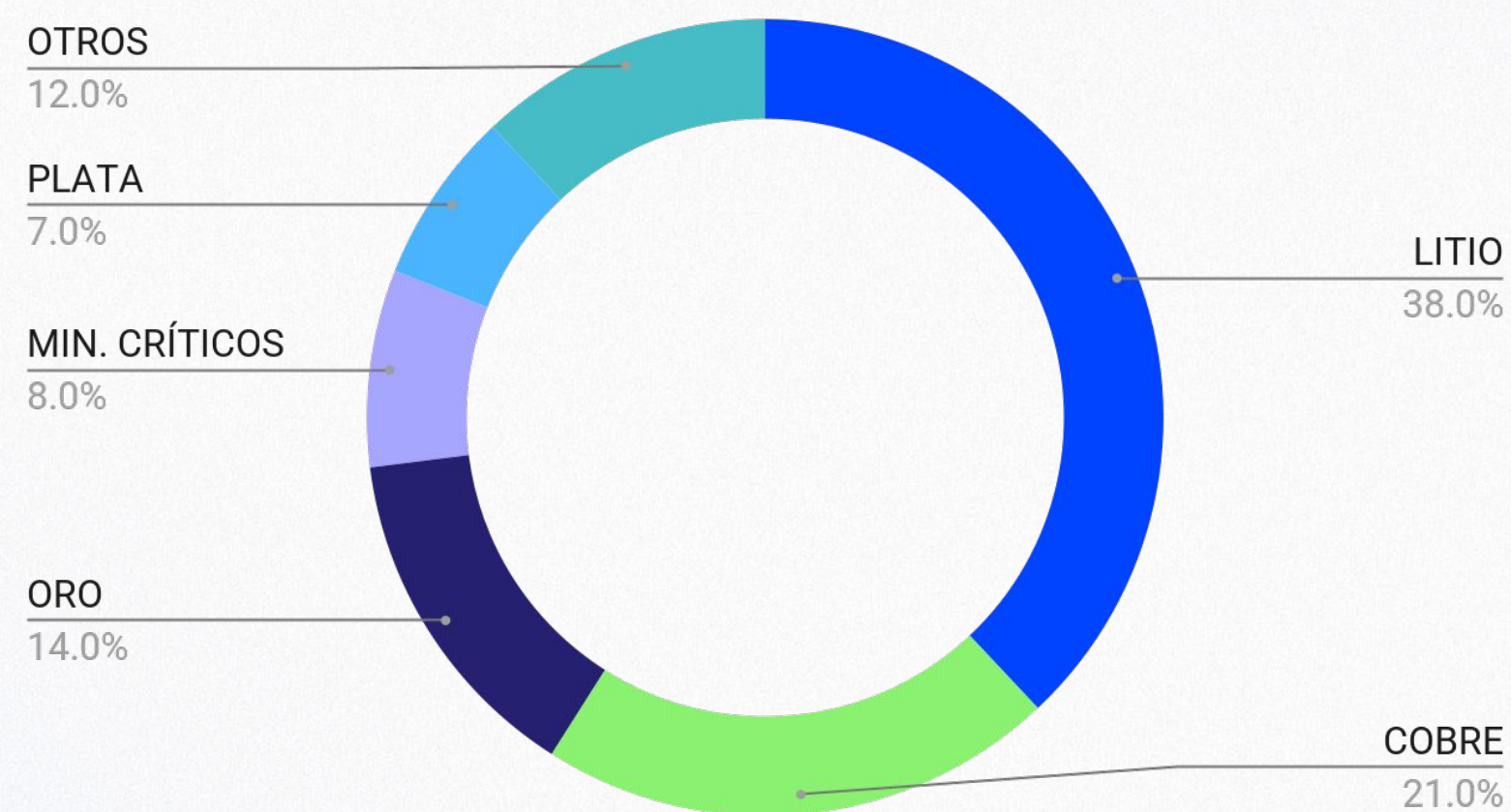


Catamarca, la mayor tasa de interacción

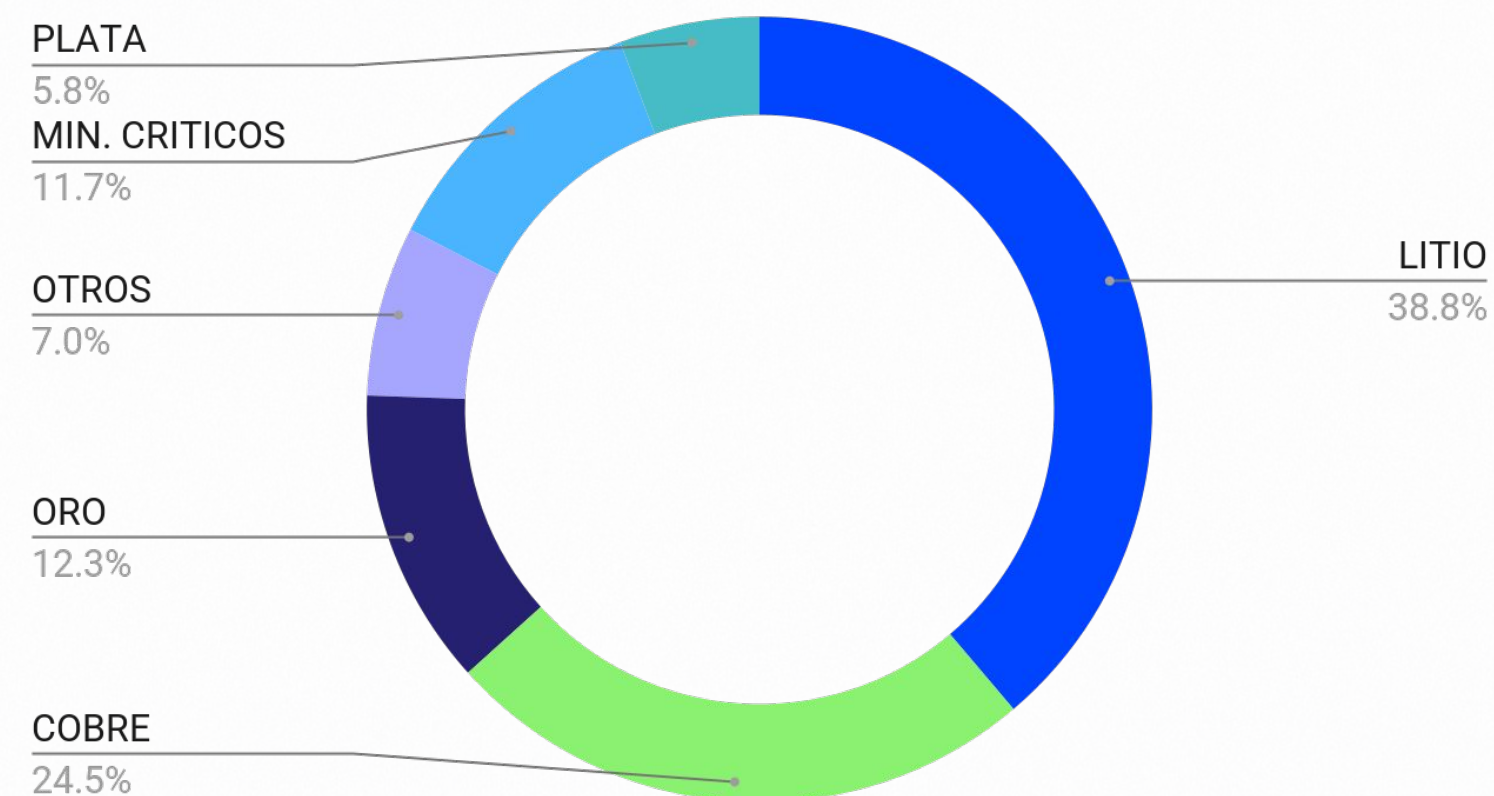
Líder en engagement digital por su producción y exportación consolidada de litio en el Salar del Hombre Muerto.

Minerales principales

PORCENTAJE DE MENCIONES POR MINERAL



PORCENTAJE DE INTERACCIONES POR MINERAL



LITIO Y COBRE: LÍDERES EN ATENCIÓN

El Litio lidera el debate impulsado por el RIGI, producción y exportación. El Cobre destaca por megaproyectos en San Juan, alianzas internacionales y salida al Pacífico.

ORO Y PLATA: PERFIL OPERATIVO

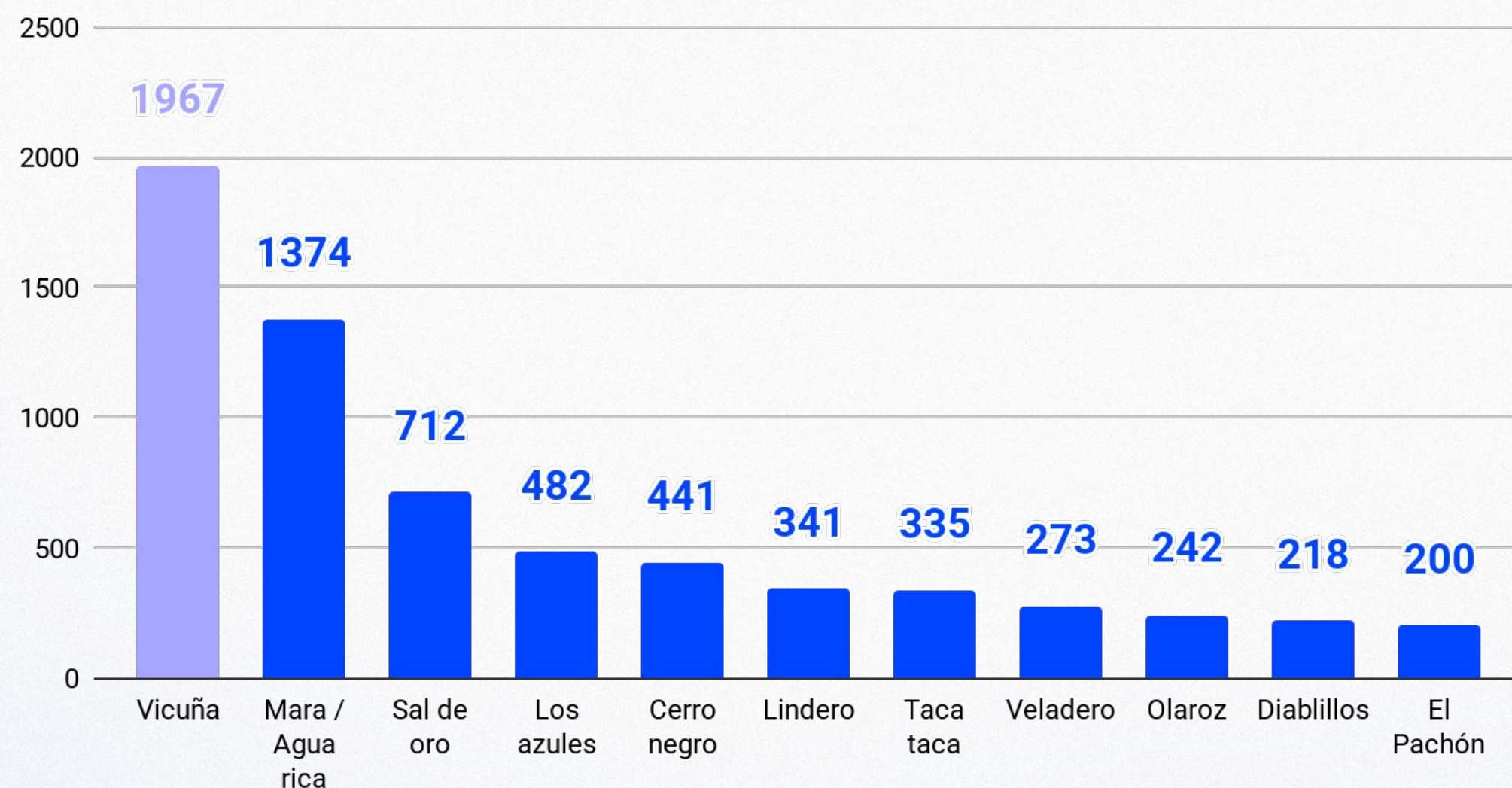
El oro sostiene una agenda operativa en la Patagonia enfocada en empleo y balances, mientras la Plata figura como subproducto atado a cotizaciones globales.

MINERALES CRÍTICOS: ALTA VIRALIDAD

Pese a su menor volumen de conversación, logran una alta viralidad gracias al impacto geopolítico y la transición energética.

Proyectos mineros con mayor repercusión

CANTIDAD DE MENCIONES SOBRE CADA PROYECTO



CONCENTRACIÓN EXCEPCIONAL

Vicuña y **MARA** explican conjuntamente más del 43% de la conversación total sobre proyectos mineros (25,7% y 18% respectivamente).

DOMINIO DEL LITIO Y EL COBRE

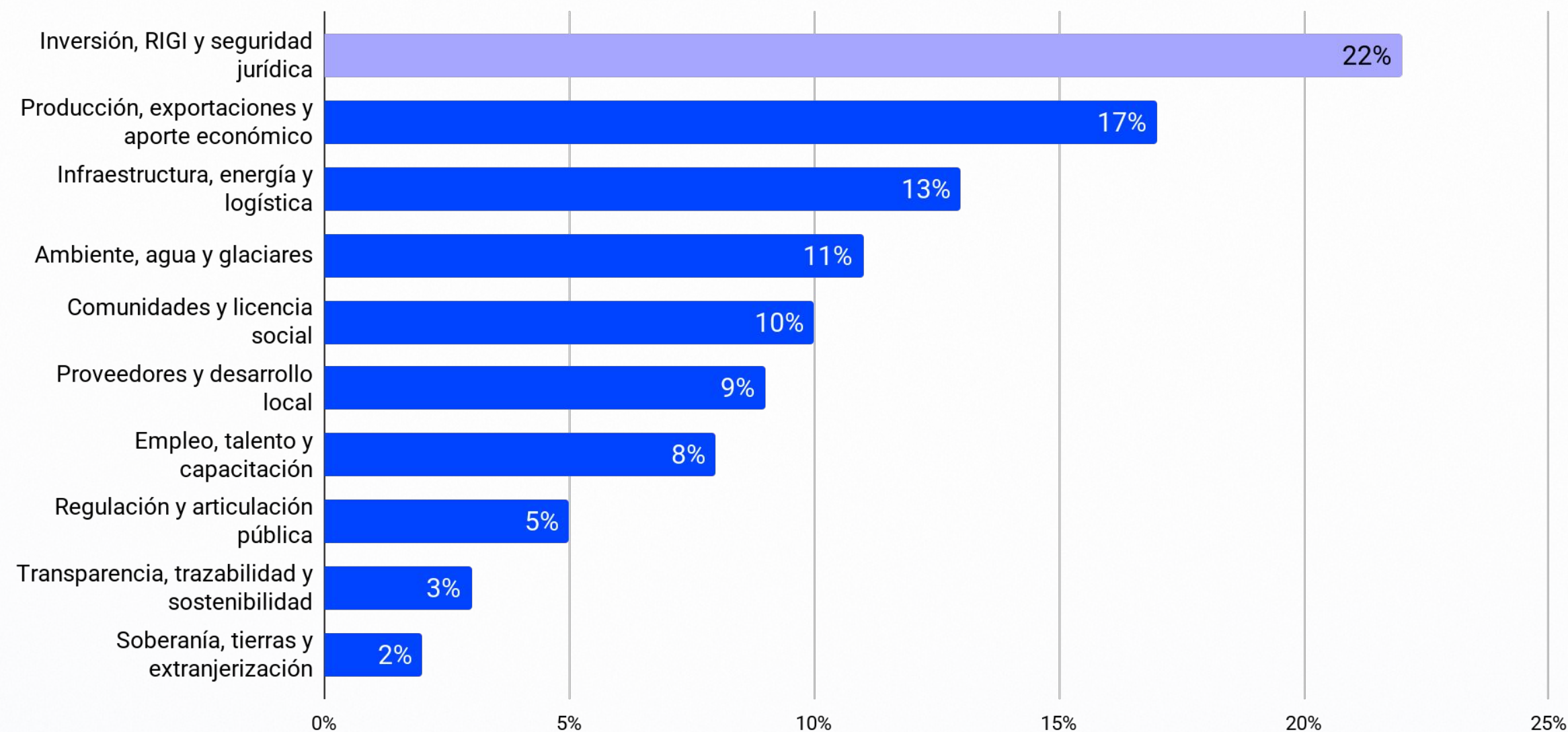
Sal de Oro (9,3%) encabeza el interés en litio tras la puesta en marcha de **POSCO**, mientras **Los Azules** (6,3%) consolida la relevancia del cobre sanjuanino.

ACTIVOS EN OPERACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN

Proyectos maduros como **Cerro Negro** (5,8%), **Lindero** (4,5%) y **Taca Taca** (4,4%) sostienen un flujo constante enfocado en producción, divisas y empleo formal.

Temas y narrativas que estructuran la conversación

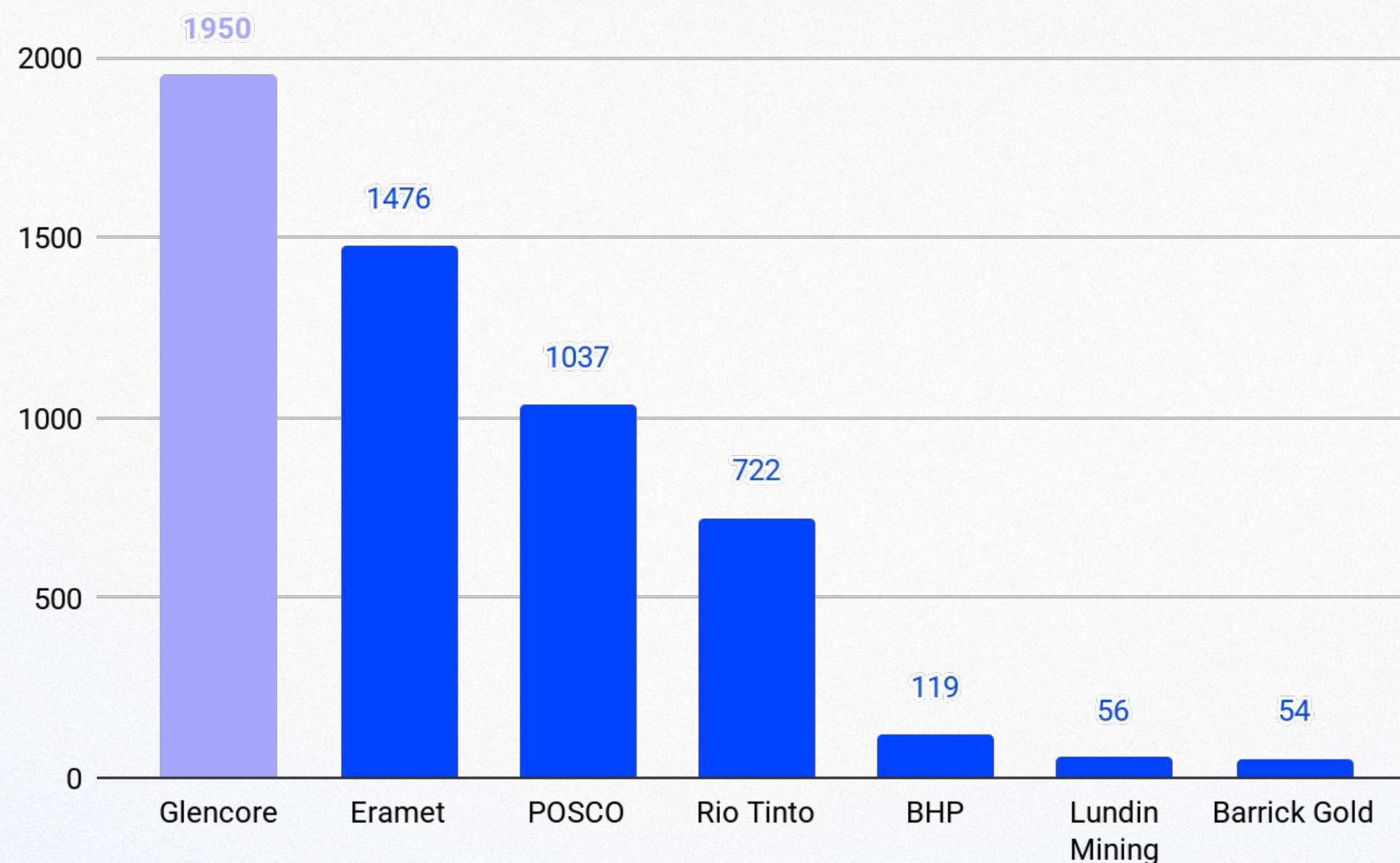
PORCENTAJE DE MENCIONES POR TEMÁTICA



ECONOMÍA EN VOLUMEN, AMBIENTE EN INTENSIDAD. Mientras Inversión y RIGI (22%) dominan la cantidad de publicaciones, Ambiente y agua (11%) tracciona el mayor nivel de viralidad y controversia en el ecosistema digital.

Principales empresas mineras

CANTIDAD DE MENCIONES SOBRE CADA EMPRESA



LIDERAZGO INDISCUTIDO DE GLENCORE

Lidera la conversación corporativa por sus proyectos de cobre (MARA y El Pachón) y la ratificación de inversiones RIGI con el Presidente en París.

BLOQUE DEL LITIO EN EL NOA

Traccionan el litio en el NOA: Eramet inauguró Centenario Ratones, POSCO avanzó en Sal de Oro y Rio Tinto expande Rincón vía RIGI.

ACUERDOS ESTRATÉGICOS Y OPERACIÓN CONTINUA

BHP y Lundin Mining destacan por su alianza estratégica en el Distrito Vicuña, mientras Barrick Gold mantiene su agenda operativa en Veladero.

Narrativas que estructuran la conversación



Narrativa Económico-Desarrollista - "La minería como motor macroeconómico" (41,85%)

Relato dominante promovido por actores institucionales, corporativos y medios económicos. Posiciona al litio y al cobre como oportunidades estratégicas para la transición energética global, la generación de empleo y el ingreso de divisas bajo la estabilidad fiscal del RIGI.



Narrativa Crítica Fiscal-Soberana - "Cuestionamientos al esquema de incentivos" (32,24%):

Impulsada por la oposición, analistas y usuarios en redes. Cuestiona los beneficios impositivos, aduaneros y cambiarios a 30 años del RIGI, señalando una pérdida de recaudación estatal y la exportación de materia prima sin procesamiento local.



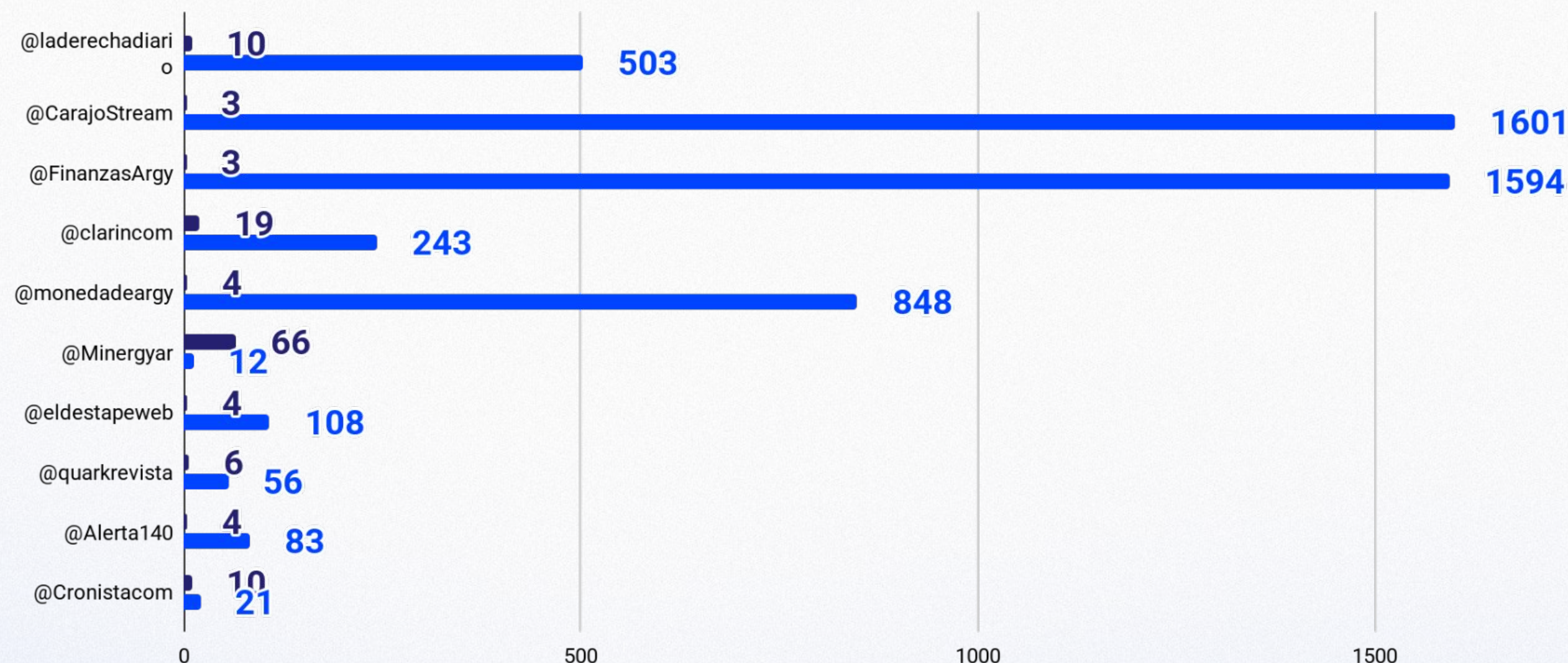
Narrativa Ambiental-Territorial - "Protección de recursos hídricos y salares" (13,24%)

Movilizada por organizaciones socioambientales y comunidades locales. Centra el reclamo en el uso del agua en salares de la Puna, la protección de glaciares y cuencas frágiles, y la exigencia de consulta previa.

Principales medios que sostienen la agenda minera en X

POSTEOS REALIZADOS E INTERACCIONES RECIBIDAS POR CUENTA

- CANTIDAD DE POSTS
- CANTIDAD DE INTERACCIONES

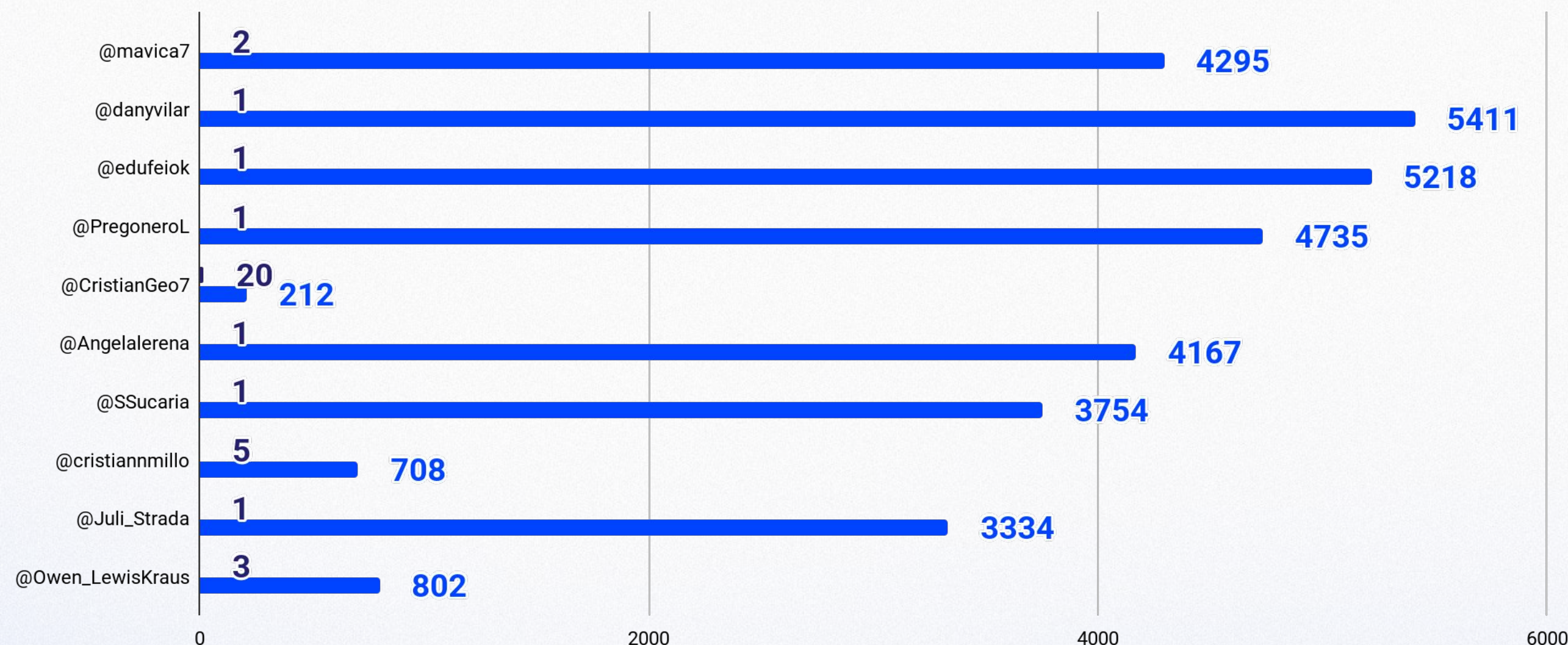


Los diez medios y cuentas informativas argentinas con mayor impacto acumularon 24.744 interacciones, equivalentes al 23,7% del total registrado en X. Los resultados muestran que la amplificación estuvo encabezada por medios generalistas y cuentas digitales de actualidad, mientras que los portales especializados 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 sept 2026	Usuarios únicos
minergy.ar	21.092	12.537
mineriaydesarrollo.com	18.704	9.948
panorama-minero.com	10.632	8.177
editorialrn.com.ar	8.845	5.843
mineria.com.ar	8.598	2.35
noticiasdemineria.com.ar	6.733	5.726
saltamining.com	6.219	4.562
miningpress.com	3.421	3.188
fuerzaminera.com	1.455	1.275
mineriasustentable.com.ar	1.307	1.239
noticiasmineras.com.ar	1.288	637
clubminero.com	1.180	589
elinversorenergetico.com	602	551
infomineroarg.com	358	224
sanjuanminero.com.ar	108	108

El ranking por visitas no refleja la misma escala de audiencia

✚ **Minergy** ofrece el mayor alcance potencial: reúne 12.537 usuarios únicos, un 26% más que Minería y Desarrollo, aunque la diferencia en visitas es del 12,8%.

✚ **mineria.com.ar** llega a menos personas, pero sus usuarios vuelven más veces: sus 2.350 usuarios generan 8.598 visitas, un promedio de 3,7 ingresos al mes por usuario, frente a 1,7 en **Minergy**.

✚ **Noticias de Minería y Editorial RN** ofrecen una escala de audiencia similar: 5.726 y 5.843 usuarios únicos. La diferencia es de apenas 2%, aunque Editorial RN registra 31,4% más visitas.

*Las visitas contabilizan los ingresos al sitio. Los usuarios únicos estiman cuántos usuarios distintos lo visitaron durante el mes.

Medios digitales de minería

ORIGEN DEL TRÁFICO

Medio	% Directo	% Orgánico	% Tráfico IA
minergy.ar	81,13%	1,20%	0,00%
mineria.com.ar	74,45%	25,55%	0,00%
mineriaydesarrollo.com	72,81%	23,68%	1,17%
infomineroarg.com	70,95%	0,00%	10,34%
clubminero.com	64,92%	26,02%	0,00%
sanjuanminero.com.ar	47,22%	52,78%	0,00%
noticiasmineras.com.ar	47,05%	39,67%	4,81%
noticiasdemineria.com.ar	41,39%	56,28%	0,00%
fuerzaminera.com	35,40%	53,68%	0,00%
editorialrn.com.ar	27,70%	67,27%	0,95%
saltamining.com	20,00%	74,93%	0,59%
panorama-minero.com	16,80%	69,90%	1,24%
mineriasustentable.com.ar	13,16%	43,53%	13,70%
miningpress.com	8,89%	74,71%	9,79%

Los buscadores son la principal entrada en ocho de los quince medios

Publicar en Saltamining o Mining Press permite estar presente en medios cuyo tráfico proviene principalmente de búsquedas: cerca del 75% de sus visitas llega por esa vía. La visibilidad de cada nota dependerá de su posicionamiento.

La IA ya aporta más visitas que el acceso directo en dos medios: 179 frente a 172 en Minería Sustentable y 335 frente a 304 en Mining Press. Es una vía adicional de descubrimiento, aunque las búsquedas siguen siendo su principal entrada.

*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	Segundo país
infomineroarg.com	100,00%	—
noticiasmineras.com.ar	100,00%	—
sanjuanminero.com.ar	100,00%	—
mineria.com.ar	99,71%	Colombia
clubminero.com	91,36%	Chile
noticiasdemineria.com.ar	90,63%	México
editorialrn.com.ar	75,68%	Suecia
minergy.ar	73,44%	Chile
elinversorenergetico.com	72,59%	Uruguay
mineriaydesarrollo.com	69,49%	Suecia
panorama-minero.com	67,06%	Perú
mineriasustentable.com.ar	62,59%	Bolivia
saltamining.com	62,58%	Perú
fuerzaminera.com	61,79%	Chile
miningpress.com	49,46%	Perú

El alcance dentro de Argentina cambia el orden de los medios

✚ **Minergy** conserva el liderazgo en el mercado argentino: registra 15.489 visitas desde Argentina, un 19,2% más que Minería y Desarrollo, con 12.998.

✚ Para una comunicación dirigida a Argentina, **mineria.com.ar** reúne 20,2% más visitas nacionales que Panorama Minero: 8.573 frente a 7.130, aunque recibe menos visitas totales

✚ **Minería y Desarrollo** ofrece mayor llegada fuera de Argentina: reúne unas 5.706 visitas del exterior, más del triple que Mining Press (1.729). Aunque el tráfico internacional pesa más en Mining Press (50,5% frente a 30,5%), su menor volumen total limita esa escala.

Medios digitales de minería

DISTRIBUCIÓN DE GÉNERO

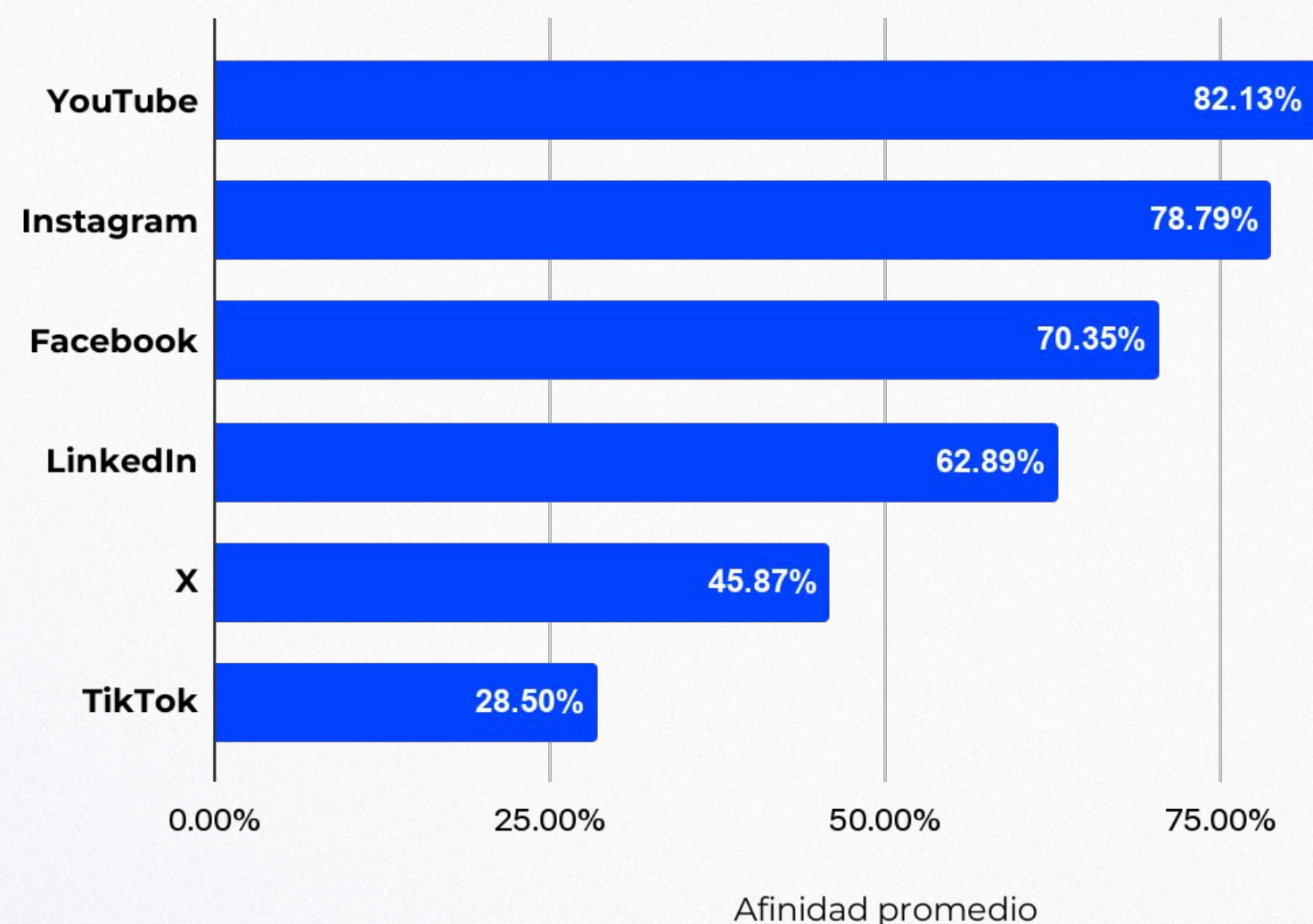
Medio	% Masculino	% Femenino
minergy.ar	74,92%	25,08%
mineriaydesarrollo.com	54,66%	45,34%
panorama-minero.com	51,89%	48,11%
editorialrn.com.ar	51,51%	48,49%
mineria.com.ar	61,48%	38,52%
noticiasdemineria.com.ar	50,28%	49,72%
saltamining.com	77,05%	22,95%
miningpress.com	51,19%	48,81%
fuerzaminera.com	40,17%	59,83%
mineriasustentable.com.ar	42,17%	57,83%
noticiasmineras.com.ar	84,71%	15,29%
clubminero.com	46,29%	53,71%
elinversorenergetico.com	19,38%	80,62%
infomineroarg.com	44,52%	55,48%
sanjuanminero.com.ar	42,03%	57,97%

El medio elegido cambia la composición de género del público

- Los dos líderes de tráfico ofrecen perfiles diferentes: Minergy concentra 74,9% de audiencia masculina, frente al 54,7% de Minería y Desarrollo, una diferencia de 20,3 puntos porcentuales.
- Para llegar a un público más equilibrado por género, Minería y Desarrollo ofrece mayor correspondencia: las mujeres representan el 45,3% de su audiencia, frente al 25,1% de Minergy, cuyo perfil es predominantemente masculino.
- Panorama Minero, Editorial RN y Mining Press permiten una llegada más equilibrada por género: la participación femenina se ubica entre 48,1% y 48,8%, con audiencias de 8.177, 5.843 y 3.188 usuarios únicos, respectivamente.

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 elección de redes para acompañar una publicación cambia según el medio

- Mineria.com.ar tiene mayor correspondencia con LinkedIn: lo utiliza el 84,6% de su audiencia, frente al 39,6% de Instagram, lo que orienta el acompañamiento hacia esa plataforma.
- Saltamining permite combinar Instagram y LinkedIn: sus afinidades del 89,2% y 87,4% permiten elegir según el formato y el objetivo del mensaje.
- Para acompañar contenidos de Minergy, Facebook tiene mayor pertinencia que YouTube: coincide con el 56,8% de sus usuarios, frente al 27,7%.
- TikTok merece consideración específica para Noticias de Minería: lo utiliza el 54,3% de su audiencia, casi el doble del promedio del conjunto (28,5%).

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:** 13 de septiembre al 12 de octubre de 2026.

Nota metodológica

- Los análisis sobre la conversación digital no son representativos de las opiniones de *toda* la población. El comportamiento de los usuarios varía, y la masividad de los temas en redes sociales viene condicionada por los algoritmos de cada plataforma.

Para dimensionar el volumen de los datos aquí presentados, presentamos esta referencia:

1. **Un evento clave del período analizado.** La Quinta Marcha Universitaria del 15 de octubre logró en 24h unas 83.600 menciones.
2. **Un tema cercano.** Las menciones a términos asociados a la “minería” fueron 39.000 en total en el período.

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



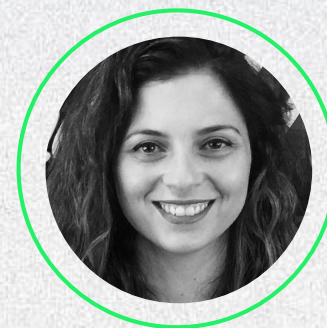
Victoria Brusa

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