# Argentina Integrada: una estrategia de comunicación para visibilizar el impacto de las cadenas de valor en el desarrollo argentino

**Número y nombre de la/s categoría/s:** Categoría 01– Comunicación Institucional

- **Capítulo:** General
- **Región:** Argentina
- **Nombre de la compañía o institución:** Grupo Techint
- **Departamento, área, consultoras de relaciones públicas o de otro tipo que desarrolló el plan:** Dirección Institucional del Grupo Techint, Audiovisual Production del Grupo Techint, NOS productora audiovisual, Ballero, Luc & Asoc.
- **Persona/s responsable/s de la presentación del caso:** Lucila Lalanne, Directora Sr de Comunicaciones y Prensa, Santiago Nicholson, Manager Sr de Comunicaciones y Prensa, Candela Robles Levequi, Analista Sr de Comunicaciones y Prensa, y Facundo Perez Aguin, Analista Sr de Comunicaciones y Prensa.

## Descripción conceptual

¿Cómo explicar a un país entero que detrás de una llama encendida existen miles de personas, empresas, tecnologías y oportunidades? A través de la narrativa **"Argentina Integrada"**, el **Grupo Techint** impulsó una estrategia de comunicación institucional para visibilizar el impacto de las cadenas de valor industriales, energéticas y productivas en el desarrollo nacional. El **Seminario ProPymes** y el film ***Encender una llama*** fueron los principales vehículos para amplificar esta conversación.

## Introducción

Argentina atraviesa una etapa de profundas transformaciones productivas impulsadas por sectores estratégicos como la energía, la minería, el agro y la industria. En ese contexto, proyectos como Vaca Muerta suelen ser abordados desde indicadores económicos, inversiones o niveles de producción, dejando en segundo plano un aspecto fundamental: la extensa red de personas, PyMEs, conocimientos, tecnologías y capacidades que hacen posible su desarrollo.

Para el **Grupo Techint,** esa desconexión entre el impacto real de los grandes proyectos productivos y la percepción pública representaba un desafío comunicacional relevante. Si bien la industria energética y las cadenas de valor asociadas generan empleo, innovación, formación de talento, desarrollo regional y oportunidades para miles de empresas, gran parte de estos aportes permanecen invisibles para amplios sectores de la sociedad.

Al mismo tiempo, el debate público suele presentar los recursos naturales como un fin en sí mismo, cuando su verdadero potencial radica en su capacidad para movilizar ecosistemas productivos complejos capaces de generar desarrollo sostenible y competitividad.

Frente a este escenario, el **Grupo Techint** se propuso **impulsar una conversación institucional más amplia sobre el papel de la industria, la energía, las PyMEs y la educación técnica en la construcción de una Argentina más integrada.**

La iniciativa se desarrolló en el marco del **24° Seminario ProPymes**, encuentro anual que desde hace más de dos décadas reúne a empresas, proveedores, clientes, referentes institucionales, funcionarios, periodistas y líderes de opinión vinculados al entramado productivo nacional.

Bajo el concepto **"Argentina Integrada"**, el desafío consistió en construir una narrativa capaz de conectar tres dimensiones complementarias:

- una Argentina integrada al mundo;
- una Argentina integrada a través de sus cadenas de valor;
- y una Argentina integrada socialmente mediante la educación, el empleo y la movilidad social.

**La estrategia buscó transformar conceptos económicos e industriales complejos en una conversación cercana, comprensible y relevante para audiencias amplias.**

## Estrategia

La estrategia se estructuró alrededor de una premisa central: **detrás de cada actividad productiva existe una red de valor mucho más amplia de la que habitualmente se percibe.**

Desde esta perspectiva, el **Grupo Techint** diseñó una **plataforma narrativa** destinada a visibilizar cómo los recursos naturales, la industria, las PyMEs, la innovación tecnológica y el talento humano se articulan para generar desarrollo económico y social.

**La propuesta buscó instalar una mirada integradora sobre el crecimiento del país, destacando que los grandes proyectos energéticos e industriales solo alcanzan su máximo potencial cuando logran impulsar oportunidades para múltiples sectores, regiones y comunidades.**

Los objetivos de comunicación fueron:

- Visibilizar el aporte de las cadenas de valor industriales al desarrollo argentino.
- Poner en valor el rol de las PyMEs como motor de innovación, empleo y competitividad.
- Explicar el impacto ampliado de Vaca Muerta y otros sectores productivos estratégicos.

- Promover una conversación pública sobre desarrollo productivo, integración territorial y generación de oportunidades.
- Posicionar al Grupo Techint y al Programa ProPymes como actores comprometidos con el fortalecimiento del entramado industrial nacional.
- Generar contenidos capaces de conectar con empresarios, periodistas, funcionarios, líderes de opinión, jóvenes y audiencias masivas.

La estrategia combinó tres dimensiones complementarias:

- **Experiencia presencial**

El **Seminario ProPymes** funcionó como espacio de encuentro y reflexión sobre los desafíos de competitividad, desarrollo industrial y articulación productiva.

- **Narrativa audiovisual**

La producción del film ***Encender una llama*** permitió traducir conceptos complejos en una historia visual accesible para públicos amplios.

- **Amplificación multiplataforma**

La **conversación se expandió** a través de medios de comunicación, redes sociales, plataformas digitales, streaming, mailing y canales directos de relacionamiento con la comunidad **ProPymes**.

**Tácticas y acciones**

**Construcción del concepto "Argentina Integrada"**

La narrativa general del **Seminario ProPymes 2025** se construyó alrededor de la idea de una **Argentina integrada** en tres dimensiones:

- Integrada al mundo, mediante una mayor participación en cadenas globales de valor.
- Integrada como sistema productivo, articulando recursos naturales, industria, tecnología y servicios.
- Integrada como sociedad, promoviendo educación técnica, empleo de calidad y movilidad social.

Este concepto funcionó como eje rector de todos los contenidos, paneles, exposiciones y piezas de comunicación desarrolladas para el evento.

**Seminario ProPymes 2025**

El 11 de diciembre de 2025 se realizó el **24° Seminario ProPymes** en el Centro de Convenciones de Buenos Aires, con la participación de 873 asistentes, cifra que superó la convocatoria del año anterior.

Entre quienes concurrieron hubo empresarios, PyMEs proveedoras y clientes, referentes institucionales, periodistas, funcionarios y representantes de distintos sectores productivos.

La agenda abordó temas vinculados a:

- competitividad;
- integración internacional;
- energía;

- infraestructura;
- minería;
- desarrollo industrial;
- educación técnica;
- oportunidades para las nuevas generaciones.

Entre los expositores participaron referentes del **Grupo Techint,** economistas, emprendedores industriales y especialistas en educación.

### Producción del film "Encender una llama"

Como pieza central de la estrategia se desarrolló el film institucional ***Encender una llama***, presentado durante la apertura del Seminario.

La producción utilizó exclusivamente material audiovisual de archivo generado por las distintas compañías del **Grupo Techint** a lo largo de más de veinte años de actividad en el país.

Durante dos meses de trabajo se realizó un proceso de investigación, curaduría, edición, construcción narrativa y locución que permitió transformar miles de horas de registros industriales en una historia audiovisual de 3 minutos y 27 segundos.

**La pieza muestra cómo una acción cotidiana —encender una hornalla— conecta con una compleja cadena de valor integrada por trabajadores, ingenieros, PyMEs, transportistas, educadores, comunidades, industrias y recursos productivos distribuidos en todo el territorio nacional.**

El film fue desarrollado por la productora audiovisual NOS bajo coordinación del equipo interno del **Grupo Techint.**

### Estrategia de distribución

La difusión se desarrolló en múltiples etapas. Primero, mediante la proyección integral del film durante la apertura del **Seminario ProPymes.**

Lo más destacado de esa visualización fue que la repercusión alcanzada excedió largamente a los asistentes porque entre ellos estuvieron presentes periodistas que cubrieron el contenido del evento para **más de 10 medios de comunicación.**

Esa tarea derivó en **casi 300 menciones periodísticas.** La cobertura logró instalar mensajes vinculados a competitividad, integración productiva, industria nacional y desarrollo económico, ampliando el alcance de la conversación hacia medios especializados, masivos y plataformas digitales.

Pero, además, posteriormente se implementó una estrategia de **amplificación digital** que incluyó:

- publicación en YouTube;
- distribución a través de WhatsApp;
- difusión mediante mailing;
- contenidos en redes sociales;
- promoción digital paga;
- activación de la comunidad **ProPymes**.

### Ecosistema digital

La conversación se amplificó mediante contenidos en vivo, entrevistas, publicaciones editoriales y piezas audiovisuales distribuidas a través de Instagram, LinkedIn, X, YouTube y plataformas propias.

En ese sentido, durante la cobertura digital del Seminario se produjeron:

- 30 contenidos en vivo;
- 13 entrevistas realizadas durante la jornada;
- publicaciones orientadas a extender la conversación más allá del evento presencial.

### Relacionamiento con medios y líderes de opinión

La estrategia contempló la participación de periodistas, medios especializados y referentes del ámbito económico, industrial y empresarial.

Los mensajes centrales vinculados a competitividad, industria, cadenas de valor e integración productiva lograron expandirse posteriormente hacia medios tradicionales, plataformas digitales y espacios de conversación pública.

Meses después del lanzamiento original, el film ***Encender una llama*** experimentó una segunda ola de viralización orgánica impulsada por periodistas, analistas, referentes de opinión y actores vinculados al debate sobre energía, industria y empleo.

**Esta nueva circulación amplificó el alcance de los mensajes sin inversión adicional en pauta.**

## Resultados

La estrategia logró convertir una conversación técnica sobre energía e industria en una narrativa accesible para públicos diversos, fortaleciendo el posicionamiento institucional del **Grupo Techint** y ampliando la visibilidad del ecosistema **ProPymes**.

### Alcance audiovisual

El film ***Encender una llama*** alcanzó:

- **Más de 1.850.000 visualizaciones en YouTube.**
- 38% de visualización completa.
- Tiempo promedio de reproducción de 2:03 minutos.
- 59,3% de reproducción promedio del contenido.

**El segmento de 25 a 34 años concentró el mayor volumen de visualizaciones, representando el 28,8% del total.**

Asimismo, **el 85,1% del tiempo de reproducción se produjo en televisores,** indicador que evidencia un consumo prolongado y de alta atención para una pieza institucional de más de tres minutos.

### Resultados en redes sociales

La estrategia generó:

- **Más de 5.430.000 visualizaciones.**
- Más de 20.000 interacciones.
- 18.877 “Me gusta”.

- 1.002 compartidos.
- 212 comentarios.

**El 99% de las interacciones registró valoración positiva.**

**Ecosistema digital del Seminario**

Entre noviembre y diciembre de 2025 se obtuvieron:

- 115.772 visualizaciones de contenidos.
- 1.956 interacciones.
- 516 nuevos seguidores.
- 30 transmisiones o contenidos en vivo.
- 13 entrevistas generadas durante el evento.

Además hubo:

- 5.412 visitas al sitio web de **ProPymes**.
- 2.666 visitas a la landing específica del Seminario.
- Más de 900 contactos alcanzados mediante WhatsApp.
- Más de 2.500 destinatarios impactados mediante campañas de mailing.

**Conversación pública**

**Se trató de la edición del Seminario ProPymes con mayor nivel de conversación y alcance digital de los últimos tres años.**

El monitoreo de redes registró:

- 1.500 menciones.
- 1,7 millones de alcance estimado.
- 9.200 interacciones.

Dentro de las repercusiones se destaca el alcance obtenido por el video de apertura del evento, titulado ***"Encender una llama"***, que sería posteriormente difundido orgánicamente por referentes de opinión, periodistas, especialistas en energía y comunidades digitales en el contexto de debates vinculados a Vaca Muerta, empleo y desarrollo industrial.

En ese sentido, La Derecha Diario se hizo eco en X del video y **el presidente de la Nación, Javier Milei, se sumó a la conversación al retuitear ese posteo.**

El video generó también otros importantes impactos:

- Gordo Dan lo subió a su cuenta de X, donde el video alcanzó las 110.000 visualizaciones, 7.000 Me gusta, 1.000 compartidos y 193 comentarios.
- Juan Doe lo reprodujo en esa misma red social, con 66.100 visualizaciones, 2.000 Me gusta, 545 compartidos y 41 comentarios.

Entre otras acciones, publicaciones absolutamente orgánicas, realizadas por perfiles como Coherencia por Favor, Traductor y Cristian Geo sumaron cientos de miles de visualizaciones adicionales y miles de nuevas interacciones.

En total, el video cosechó más de 218.000 visualizaciones en X, con 11.000 Me gusta, 2.100 compartidos y 262 comentarios.

El contenido también fue compartido por Marcelo Mindlin, CEO de Pampa Energía, en el LATAM Forum, así como distintos periodistas lo hicieron en medios. Entre ellos, se destacan:

- Jairo Straccia en *Buenas tardes China* - Radio Led
- Alejandro Bercovich y Ernesto Tenembaum en *Pase lo que pase* - Radio con Vos
- Andy Kusnetzoff en *Perros de la Calle* - Urbana Play
- María O'Donnell en *De acá en más* - Urbana Play
- Julieta Tarres y Malena de los Ríos en *Argendata* - Neura
- Nicolás Gandini en *Aguas Arriba* - Econojournal

**Resultados de prensa**

La estrategia generó:

- 273 repercusiones periodísticas.
- 108 menciones en medios Tier 1.

Dentro de los mensajes estratégicos que fueron visibilizados en las repercusiones, se destacan:

- Sintonía con el Gobierno acerca de la necesidad de una reforma laboral;
- Señalamiento del "avance predatorio" de China;
- Pedido de una "apertura inteligente" hacia el mercado global de comercio;
- Importancia de la cadena de valor industrial para el desarrollo del país.

Así, a través de la estrategia de **"Argentina Integrada",** el **Grupo Techint** buscó contribuir a una conversación pública sobre el papel de la industria, la energía, las PyMEs y la educación técnica en el desarrollo del país.

La estrategia combinó encuentro presencial, contenidos, voceros y narrativa para visibilizar el impacto de una cadena de valor que conecta recursos, conocimiento, trabajo y oportunidades, demostrando que **detrás de cada proyecto productivo existe una red mucho más amplia capaz de impulsar crecimiento, integración y desarrollo.**

El resultado fue la **apertura exitosa de un debate** respecto de la oportunidad que tiene el país de potenciar los sectores dinámicos de su matriz productiva al mismo tiempo que se impulse el desarrollo de las capacidades productivas locales y las distintas cadenas de valor que integran 46 millones de argentinos.