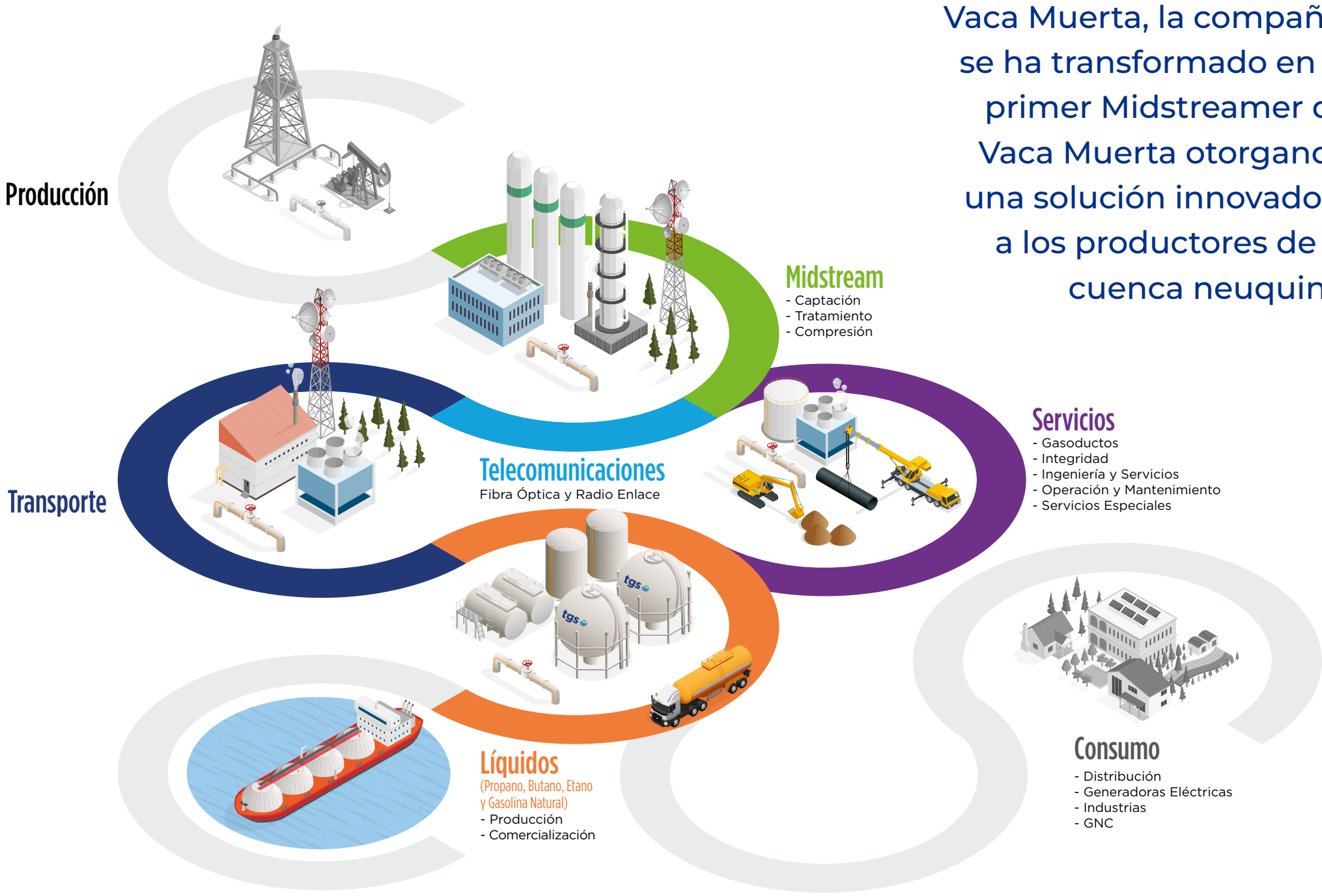
Categoría:	4 – Relaciones con la prensa
Capítulo:	General
Título:	Un mensaje, múltiples audiencias: la estrategia de prensa detrás del anuncio NGLs
Empresa:	tgs
Área:	Dirección de Asuntos Regulatorios e Institucionales
Personas a cargo:	Rubén De Muria, Mario Yaniskowski, Facundo Di Pino, Agustin Sanchez y Manuel Fiuri.



Sobre nuestra compañía

Con su proyecto en Vaca Muerta, la compañía se ha transformado en el primer Midstreamer de Vaca Muerta otorgando una solución innovadora a los productores de la cuenca neuquina.



tgs es una compañía de energía que brinda servicios en toda la cadena de valor del gas natural.

Es la principal empresa de transporte de gas natural de nuestro país. A través de más de 9.300 km. de gasoductos que atraviesan las provincias de Tierra del Fuego, Santa Cruz, Chubut, Río Negro, Neuquén, La Pampa, Buenos Aires, transporta el gas natural desde los yacimientos del sur y oeste de nuestro país, hacia los centros de consumo urbanos.

Durante sus más de 30 años de historia, **tgs** se ha desarrollado y evolucionado como una empresa que ofrece servicios integrados para la industria del gas natural:

- Procesamiento y comercialización de líquidos derivados del gas natural.
- Midstream en Vaca Muerta.
- Telecomunicaciones.
- Servicios especiales.

tgs posee más de 35 instalaciones distribuidas en siete provincias del sur y oeste de la República Argentina, empleando más de 1.100 personas. En la ciudad de Bahía Blanca, **tgs** cuenta con el Complejo Cerri y la Planta Galván, que son instalaciones claves de la región, donde se procesan y comercializan líquidos derivados del gas natural.

Con su proyecto en Vaca Muerta, la compañía se ha transformado en un midstreamer líder en Vaca Muerta otorgando una solución innovadora a los productores de la cuenca neuquina. A través de la empresa **Telcosur**, ofrecemos el servicio de ancho de banda en el sur y el oeste de nuestro país, ya que contamos con un extenso sistema de redes de fibra y radio anilladas que cubren las ciudades más importantes de la región.

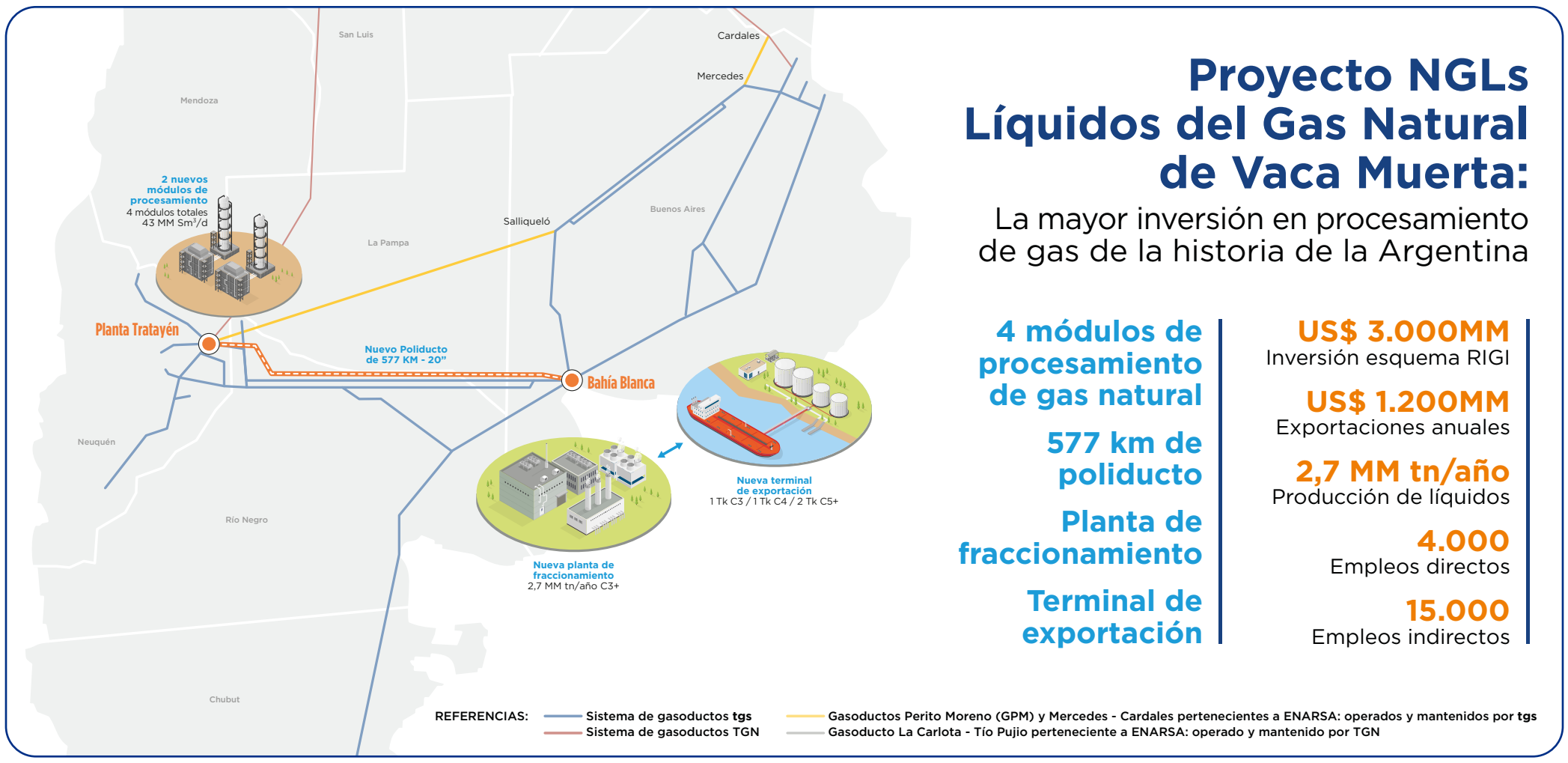
Asimismo, **tgs** brinda, a través de su línea de negocios INTEGRA, una amplia gama de servicios en activos de terceros.

El hito de la convergencia

Año 2026. Mes de marzo: Argentina Week. Del 9 al 12 en Nueva York se reunieron más de 400 lideres empresariales globales, CEO's y fondos de inversión interesados en el programa político y económico de nuestro país. En el corazón del capitalismo mundial decidimos realizar un anuncio que reafirma nuestro compromiso con el desarrollo energético del país: el proyecto NGLs, un proyecto que nace desde la Argentina para el mundo.

Cómo equipo de comunicación, el desafío fue diseñar una arquitectura de prensa que permitiera a la compañía hablarles simultáneamente a los líderes de Wall Street, a los periodistas internacionales allí presentes y a las redacciones de distintos medios tanto nacionales como del interior del país, manteniendo una coherencia absoluta en un entorno de alta sensibilidad.

Desde la gestión de prensa conseguimos una fotografía de unidad institucional que logró una validación público / privada ante los ojos del mundo. Coordinamos la presencia de nuestros accionistas —Marcelo Mindlin de Pampa Energía y Marcelo Scielecki de la Familia Scielecki—; Luis Caputo, ministro de Economía de La Nación Argentina; el presidente de YPF, Horacio Marín; y los gobernadores de las provincias de Neuquén y Río Negro.



Tecnología y gestión federal

NGLs es un proyecto que involucra el nivel nacional y provincial. No podíamos dejar a nadie fuera de la confirmación de la inversión en líquidos del gas natural más grande de la historia argentina.

Mientras el CEO de la compañía, junto a los accionistas hablaba desde el exterior, en nuestra compañía invitamos a periodistas de medios nacionales y simultáneamente, tendimos un vínculo digital robusto con Neuquén, Bahía Blanca y otros puntos del país.

Esta gestión permitió que el periodista local se sintiera tan protagonista como el acreditado en Nueva York, garantizando que el mensaje de inversión de 3.000 millones de dólares llegara sin intermediarios. Es **tgs** quien te está contando la novedad.

Más de 30 periodistas, de medios nacionales e internacionales siguieron en vivo la conferencia.

La respuesta fue un reflejo de la precisión con la que se distribuyó la información. Los principales diarios nacionales como Clarín, La Nación, Infobae, El Cronista, El Economista y Ámbito Financiero otorgaron espacios destacados, subrayando el rol de **tgs** como motor del desarrollo. En el ámbito especializado, medios como EconoJournal, y Mejor Energía profundizaron en la viabilidad técnica, destacando cómo el proyecto transformará la balanza comercial argentina.

La gestión de prensa logró que la noticia no fuera solo el “qué”, sino el “cómo” y el “cuándo”.

La estrategia garantizó una cobertura total en los puntos estratégicos de la operación. En la Patagonia el Diario Río Negro y La Mañana de Neuquén titularon cómo el proyecto se vinculaba directamente con la producción de gas de Vaca Muerta.

En Bahía Blanca, donde este proyecto tendrá dos nuevas instalaciones, medios como La Nueva y la Brújula destacaron la elección de la ciudad como centro del proyecto. El propio intendente de la ciudad bonaerense, Federico Susbieles, realizó una conferencia de prensa local para contar cómo el proyecto beneficia a la localidad.

Esta coordinación permitió que la repercusión local fuera tan potente como la nacional, cerrando un círculo de comunicación 360°.

La capacidad de unir en un solo mensaje a ministros, gobernadores y la plana mayor de YPF, frente a todos los medios del país, marca un antes y un después en la comunicación de **tgs**, posicionando a la compañía como un jugador líder en la industria energética nacional.

Resultados y evaluación

- El anuncio acumuló un total de 219 noticias con un alcance promedio de 10,4 millones de espectadores, según la cobertura de Ejes de Comunicación. (Adjunta informe como anexo).
- El 85% de las noticias fueron publicadas en sitios de Internet, otro 10% corresponde a medios audiovisuales 7 en radio y 3 en TV), mientras que el restante 5% se detectó en diarios (nacionales y del interior).
- De ese total, el 68% corresponde a los medios tier 3 y un 23% a los medios tier 1.