

O/F. 302 Con. Inst. - Lobo, Margarita R. 45678:  
P15  
I PROVINCIA DE TUCUMAN  
o Kersfeld

**CFI**



**ESTUDIO  
IMAGEN INSTITUCIONAL  
PROMOCION DE ACCION DIRECTA  
DE LA PROVINCIA**

**INFORME  
ANEXO 1 - PLAN DE TRABAJOS**

**TAREAS  
1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9**

**CONTRATO DE OBRA  
Exp. N° 74760001**

**FECHA DE LA PRESENTACION  
ABRIL 2006**

**AUTOR  
CARLOS ALBERTO PELLI**

## INDICE DE TEMAS

## PAGINAS

<b>Informe de introducción</b>	<b>1</b>
<b>Tema 1:</b> Evaluación conjunta de alcances y cobertura de una requisitoria informativa y conceptual a realizar en la Provincia de Tucumán y en la Ciudad de Buenos Aires	<b>3</b>
<b>Tema 2:</b> Diseño y provisión de formas y pautas para implementar la pesquisa informativa y conceptual programada	<b>5</b>
<b>Tema 3:</b> Puesta en marcha de la pesquisa requisitoria	<b>12</b>
<b>Tema 4:</b> Recepción progresiva del material informativo y conceptual	<b>23</b>
<b>Tema 5:</b> Inserción de pautas y criterios promocionales para el uso general y específico del material elaborado	<b>25</b>
<b>Tema 6:</b> Entrega del material procesado. Abierto a actualizaciones permanentes	<b>28</b>
<b>Tema 7:</b> Desarrollo de un pre-diagnóstico estratégico comunicacional, sobre la base de información disponible y en función de intereses y objetivos	<b>40</b>
<b>Tema 8:</b> Evaluación conjunta de acciones promocionales y determinación de sus alcances	<b>44</b>
<b>Tema 9:</b> Desarrollo de guiones de base para aplicar a las piezas comunicacionales en vías de producción	<b>46</b>

## **INFORME DE INTRODUCCION**

El presente informe es la primera aproximación del desarrollo y soporte de una base informativa y conceptual, que entre otros propósitos, permitirá elaborar estrategias comunicacionales para ser volcadas en medios de acción directa.

Como integración de este trabajo de base, se sumará la producción y realización de dos piezas comunicacionales: un video de alta definición y un prototipo de libro con los que se pretende a través de formas sucintas y a la vez impactantes, cubrir ampliamente lo que la Provincia de Tucumán tiene para mostrar, y ofrecer a posibles inversores, como también utilizar estos recursos para respaldar presentaciones sobre temáticas puntuales que se realicen fuera de los límites de la provincia y del país.

Estas acciones formarán parte de un espectro conceptual e informativo que ofrecerá Tucumán para difundir su realidad productiva, industrial, educativa, cultural, científica, turística, más su potencial de desarrollo con el fin, no sólo de promover y potenciar a este territorio, sino también contribuir a su reposicionamiento en la región.

Esta primera entrega está pautada y conformada por nueve etapas. Cada una de ellas se fue gestando prácticamente en forma simultánea, al inicio de este plan de trabajo, y se seguirán desarrollando a medida que se amplíen los resultados de la pesquisa puesta en marcha dentro de la Provincia de Tucumán, juntamente con los referentes conceptuales que surjan de los contactos en la Ciudad de Buenos Aires. El sedimento de ambas requisitorias permitirá delinear un necesario y ajustado posicionamiento de la provincia dentro del concierto nacional y regional.

Parte del proceso de los trabajos encarados, referidos en los temas 1 a 9, se describe sucintamente a continuación.

Temas 1 y 2: Se procede a la confección de una requisitoria informativa y conceptual a realizar tanto en la Provincia de Tucumán como en la Ciudad de Buenos Aires. En ambos casos el objetivo planteado es lograr el mayor aporte informativo y conceptual de cada temática en particular.

Tema 3: Puesta en marcha de la requisitoria. Por un lado, se comienzan a establecer los contactos con diferentes sectores del quehacer nacional vinculados a las regiones del país.

En este tema, se muestra el plan de trabajo que se realiza en la Ciudad de Buenos Aires, consistente en la toma de conocimiento de la información disponible en los diversos sectores y las personas responsables de los mismos. Tras una evaluación primaria, y cuando se hace necesario una profundización de los contenidos con el consiguiente aporte conceptual, se pautan entrevistas personales.

Tema 4: Se comienza con la clasificación de la información, que se va disponiendo como resultado de la presentación de la requisitoria desarrollada en el punto anterior, y se procede a la recopilación, evaluación y ordenamiento de la misma.

Tema 5: Con el material procesado y analizado, el paso siguiente es la elaboración de pautas y criterios promocionales.

Tema 6: Se realiza una constante labor de síntesis de los puntos y aspectos fuertes de la provincia que permiten ir confeccionando un perfil conceptual de Tucumán. El sedimento de la información acumulada, sumada a la que se incorpora día a día, será procesado oportunamente en los soportes que de común acuerdo se establezcan, una vez alcanzado un caudal que cubra la mayor parte, sino la totalidad, de todos los intereses que hacen al capital pasivo y activo de la provincia.

Temas 7, 8 y 9: Estas etapas forman parte del desarrollo de contenidos y metodologías comunicaciones. El contenido resultante de las requisitorias y pesquisas informativas y conceptuales, debidamente sintetizado, será complementado con imágenes en fotografía y video de alta definición, cuya captura está referida en temas siguientes. Una vez obtenidas las bases escritas y visuales finales se procederá a realizar una evaluación, conjuntamente con los representantes de la Provincia, de las acciones promocionales y la determinación de sus alcances.

El cometido final está enmarcado por el desarrollo de guiones de base para aplicar a las piezas comunicaciones: video de alta definición y un prototipo de libro en vías de producción.

# **TEMA 1**

## **Evaluación conjunta de alcances y cobertura de una requisitoria informativa y conceptual, a realizar en:**

- **La Provincia de Tucumán.**

Se determinarán las acciones y metodología a aplicar en los estamentos del sector público y nucleamientos del sector privado.

- **La Ciudad de Buenos Aires.**

Se determinarán contactos existentes, alcances y listados definitivos para realizar requisitorias informativas y conceptuales en organismos gubernamentales y no gubernamentales, cámaras y nucleamientos del sector privado.

## **1- Evaluación conjunta de alcances y cobertura de una requisitoria informativa y conceptual, a realizar en:**

- **La provincia de Tucumán.** Se determinarán las acciones y metodología a aplicar en los estamentos del Sector Público y nucleamientos del Sector Privado,
- **La Ciudad de Buenos Aires.** Se determinarán contactos existentes, alcances y listados definitivos para realizar requisitorias informativas y conceptuales en organismos gubernamentales y no gubernamentales, cámaras y nucleamientos del sector privado.

A fines del mes de febrero y comienzos de marzo de 2006, se realizaron reuniones con autoridades representativas del Gobierno de la Provincia de Tucumán, en las que se evaluaron los alcances generales de todo el cometido y prioritariamente, lo concerniente a la requisitoria a poner en marcha, en la Provincia de Tucumán y en la Ciudad de Buenos Aires.

En primer lugar, se precisó que la requisitoria debería ser lo más abarcativa posible tanto en Tucumán como en Buenos Aires, debiendo alcanzar por igual a los sectores públicos y privados, en particular dentro de la Provincia, llegando a todos aquellos que hacen a su vida activa en las mas diversas manifestaciones, como también a las instituciones u organismos que tienen a su cuidado el patrimonio natural tangible e intangible, y que con su aporte, pueden a través de la información y apreciaciones conceptuales, enriquecer el perfil del capital territorial y de quienes lo habitan.

Y en la Ciudad de Buenos Aires, en su condición de Capital Federal, que concentra las jefaturas de organismos públicos nacionales, como también de las cabeceras de cámaras sectoriales y sedes ejecutivas de las principales empresas del País, además de representaciones diplomáticas, casas de provincia, etc.

En las evaluaciones mencionadas, se dejó establecida la importancia de enfatizar en las requisitorias la necesidad de contar con expresiones conceptuales, a cerca del sector o tema consultado, más allá del caudal informativo que se aporte, que sin duda no solo ha de respaldar las apreciaciones y conceptos, sino que a su tiempo, debidamente tratado y sintetizado, pasará a formar parte de un banco informativo.

## **TEMA 2**

**Diseño y provisión de formas y pautas, para implementar la pesquisa informativa y conceptual programada.**

## 2- Diseño y provisión de formas y pautas, para implementar la pesquisa informativa y conceptual programada.

Partiendo de las evaluaciones y consideraciones emanadas de las reuniones con las autoridades pertinentes de la Provincia de Tucumán, se diseñó el consecuente contenido para la requisitoria que las mismas autoridades de la Provincia habrían de poner en marcha dentro del territorio ante todos los representantes calificados de los sectores públicos y privados que se estime de interés para la ejecución de este cometido. Enfatizando a su vez la premisa, no solo de la importancia de contar con las consiguientes respuestas, sino de la implicancia de que tal o cual sector no fuese, en su momento, a quedar debidamente representado a través de la información y más que nada de la apreciación conceptual, dentro del conjunto provincial.

**Prototipo de la nota “requisitoria” para la Provincia de Tucumán, entregada a las autoridades provinciales el día 6 de Marzo, 2006.**

San Miguel de Tucumán \_\_\_\_ de \_\_\_\_ de 2006

Sr. ....  
.....

Calle .....

Ciudad de

Provincia de Tucumán

Referente: Solicitud de información pertinente  
y apreciaciones conceptuales sobre Tucumán  
para conformación de un trabajo promocional.

Por la presente se pone en conocimiento del Sr. ....  
que este Organismo ha encarado el cometido de dar forma a un banco abarcativo de  
concentración de información taxativa y conceptual, y la consecuente producción de  
medios de acción directa, que conformarán la base de *elementos de promoción de la*



Provincia, con sus ramificaciones regionales al servicio de sectores públicos y privados que contarán así con recursos de última generación para presentaciones dentro y fuera del País y en particular para la captación de nuevos inversores.

El Consejo Federal de Inversiones, por gestión del representante de la Provincia de Tucumán, ha contratado al experto en promoción institucional, Sr. Carlos Pelli, del grupo Comunicorp para puesta en marcha y concreción de este cometido.

Para que la acción referida tenga un sustento real, se impone el desarrollo de un panorama verídico y actualizado sobre el posicionamiento de la Provincia de Tucumán a nivel nacional y regional, que soslaye imprecisiones e irrealidades.

Por lo expuesto se solicita que a la brevedad posible, se envíe a la dirección y en los soportes que se indican al final de esta nota, el siguiente material:

- 1 La mayor cantidad de información posible sobre el tema de su área, sector e incumbencia: Cifras, estadísticas, datos, mapas referenciales, zonas de influencia, etc.
- 2 Síntesis conceptual, sobre el tema específico en general y su rango de alcance en particular, como así ventajas comparativas y competitivas, si hacen al caso.
- 3 Enunciado (apretada síntesis 3 o 4 líneas) que englobe conceptualmente el tema tratado, de modo que pueda integrar un listado sucinto de lo que Tucumán tiene, puede tener y ofrecer.

Valorando el tiempo que este requerimiento pueda demandar y con la certeza de que el cometido resultará de suma importancia para la imagen externa de la Provincia de Tucumán, saludo atentamente al Sr. ....  
a la espera de su importante y calificada respuesta.

Envíos a

Soporte

Con relación a la requisitoria a poner en marcha en la Ciudad de Buenos Aires, a cargo de integrantes del equipo de colaboradores de Carlos Pelli, se diseñó una nota prototipo de presentación, que por razones prácticas y operativas, se adecua en cada ocasión para ponerla a tono con las distintas circunstancias y cometidos.

**Prototipo de la nota “requisitoria” para la Ciudad de Buenos Aires, entregada a las autoridades provinciales el día 6 de Marzo, 2006.**

Buenos Aires      de                      de 2006

Sr. ....

.....

.....

Capital Federal

Referente: Solicitud de entrevista personal

Tengo el agrado de dirigirme a ..... con el propósito de solicitarle una entrevista para obtener de su persona o de quien Ud. estime conveniente, apreciaciones conceptuales sobre el sector de su incumbencia, que involucren a la Región del Noroeste Argentino y en particular a la Provincia de Tucumán.

Motiva este pedido, la circunstancia de que la Provincia de Tucumán ha encarado el cometido de dar forma a un banco abarcativo de concentración de información taxativa y conceptual y la consecuente producción de medios de acción directa, que conformarán la base de *elementos de promoción* de la Provincia con sus ramificaciones regionales al servicio de sectores públicos y privados que podrán así contar con recursos de ultima generación, para presentaciones y acciones dentro y fuera del País y más que nada, para la captación de nuevos inversores.

Para que la acción referida tenga un sustento real, se impone el desarrollo de un panorama verídico y actualizado sobre el posicionamiento de la provincia a nivel nacional y regional, que soslaye imprecisiones e irrealidades.

Por lo expuesto se reitera la solicitud de entrevista en la oportunidad que resulte a Ud. más conveniente, y que será efectuada por la Lic. Solana Trucco, del equipo de colaboradores del Sr. Pelli, experto contratado para la ejecución de este cometido. Asimismo, se agradecerá la contribución de material adicional y complementario a vuestro alcance: cifras, estadísticas, informes, artículos, gráficos, notas, mapas, etc.

Valorando el tiempo que este requerimiento pueda demandar y con la certeza de que esta acción resultará de invaluable importancia para el cometido expuesto, saludo atentamente al Sr. .... a la espera de su importante respuesta.

NOTA: Contacto directo con el Sr. Carlos Pelli, o la Lic. Solana Trucco, a los teléfonos 4814-0010 - 4811-3549 - Montevideo 1574 - Capital.  
comunicorpargentina@yahoo.com.ar

Como parte integrante del punto [2], en la misma oportunidad que se entregaron los prototipos de requisitorias, se hizo entrega de pautas y parámetros, a tener en cuenta para la obtención de mejores resultados en este cometido.

## **PAUTAS PARA LA REQUISITORIA INFORMATICA Y CONCEPTUAL**

**A realizar ante sectores públicos y privados representativos del ámbito Nacional localizados en la Ciudad de Buenos Aires.**

En base a las pautas y premisas fijadas para el trabajo de imagen Institucional: promoción de acción directa de la provincia de Tucumán, se desarrollan a continuación algunas consideraciones a tener en cuenta para realizar las consultas informativas pertinentes en los diferentes ámbitos y sectores localizados en la Ciudad de Buenos Aires, que pudiesen resultar de interés para este cometido.

## OBJETIVOS DEL TRABAJO:

1. Obtener información que permita determinar el posicionamiento regional y nacional de la provincia de Tucumán en lo que hace al desarrollo de sus recursos, de sus capacidades productivas y de su crecimiento.
2. Conocer los planes, proyectos de inversión y desarrollo que pudiesen estar previstos, o tener alguna forma de vinculación directa o indirecta, con la región Noroeste de Argentina y en particular con la Provincia de Tucumán. Como así también, parámetros de los beneficios que oportunamente depararían estos emprendimientos.
3. Establecer un mapa de situación que ayude a tener un acertado diagnóstico e identifique acciones necesarias que conlleven un mejoramiento sistemático.
4. Fundamentalmente, tratar de lograr un panorama general y temático lo más exhaustivo posible sobre ventajas comparativas y ventajas competitivas, dentro de todos y cada uno de los sectores y nucleamientos consultados.

## REQUISITORIA INFORMATIVA:

La búsqueda deberá centrarse en obtener todo tipo de información que incluya a la provincia de Tucumán directa o indirectamente, y que resulte de utilidad a los fines de este cometido. Para ello se hace necesario consultar diversas fuentes, tales como: instituciones públicas, privadas, empresas, organismos no gubernamentales, expertos, idóneos, etc.

## IMPORTANTE:

Determinar contactos y referencias en cada área del Sector Público vinculado al quehacer provincial, a fin de establecer una comunicación directa con el/los responsable/s para agilizar la obtención de información.

Mencionar fuentes de consulta obligada sobre la provincia que pertenezcan o no, a los ámbitos anteriormente expuestos.

## CONSIDERACIONES FINALES:

Estas acciones permitirán obtener un panorama verídico y medianamente ajustado sobre el posicionamiento de la provincia a nivel nacional y en lo posible regional que soslaye imprecisiones e incluso ingenuidades. Descartando expresiones que se ubiquen más cerca de pasiones, que de parámetros que puedan motivar a un posible inversor.

Tampoco se pretende abarcar información que se maneja por carriles reservados, ya que el nivel esperado será el de alcance público.

El resultado de la compilación de información taxativa y conceptual, sobre la Provincia de Tucumán, que se volcará a un banco activo en permanente actualización, permitirá encarar con bases más sólidas la realización de elementos, piezas y recursos comunicacionales de última generación, juntamente con pautas y metodologías, para optimizar la Promoción Institucional de la Provincia hacia todos los estamentos y sectores posibles dentro y fuera del País.

Como colofón, se perfila como propuesta final que este basamento quede al servicio de todos los sectores que integran el quehacer público y privado del Territorio.

## **TEMA 3**

### **Puesta en marcha de la pesquisa requisitoria**

- **En la Provincia de Tucumán sobre información disponible, a ser ajustada en tiempo y forma por la Provincia, sin que esto altere el cronograma de las restantes actividades.**
- **En la Ciudad de Buenos Aires (a cargo del contratado).**

### **3- Puesta en marcha de la pesquisa requisitoria**

- **En la Provincia de Tucumán sobre información disponible, a ser ajustada en tiempo y forma por la Provincia, sin que esto altere el cronograma de las restantes actividades.**
- **En la Ciudad de Buenos Aires (a cargo del contratado).**

#### **Fuentes de información y consulta recibidas**

Se detalla una lista de fuentes consultadas, con las que se tomó contacto desde que se puso en marcha la requisitoria correspondiente y de las que posteriormente se evaluaron los contenidos disponibles que pudiesen resultar de interés y aplicables al presente cometido: Sitios de Internet – Informes – Publicaciones.

Cabe destacar, que este listado que se amplía cotidianamente, y que seguirá ampliándose en tiempo y forma, será oportunamente diversificado para tratar de cubrir todo el espectro temático posible.

#### **Asociaciones y Cámaras**

- AACREA. Asociación Argentina de Consorcios Regionales de Experimentación Agrícola. [www.aacrea.org.ar](http://www.aacrea.org.ar)
- AATA. Asociación Argentina de Tecnólogos Alimentarios. [www.alimentos.org.ar](http://www.alimentos.org.ar)
- ABA. Asociación de Bancos de Argentina [www.aba-argentina.com](http://www.aba-argentina.com)
- AGEERA Asociac. Generadores Energía Eléctrica República [www.ageera.com.ar](http://www.ageera.com.ar)
- CAPAB. Cámara Argent. Product. Arándanos y otros Berries [www.capab.org.ar](http://www.capab.org.ar)
- Centro Azucarero Argentino [www.centroazucarero.com.ar](http://www.centroazucarero.com.ar)
- CERA. Cámara de Exportadores de la República Argentina [www.cera.org.ar](http://www.cera.org.ar)
- CORRENOA. Comité Regional del NOA. [www.correnoa.com.ar](http://www.correnoa.com.ar)
- CRA. Confederaciones Rurales Argentinas [www.cra.org.ar](http://www.cra.org.ar)
- FONCAP. Fondo de Capital Social [www.foncap.com.ar](http://www.foncap.com.ar)
- Foro de la Cadena Agroindustrial Argentina [www.foroagroindustrial.org.ar](http://www.foroagroindustrial.org.ar)
- UIA. Unión Industrial Argentina [www.uia.org.ar](http://www.uia.org.ar)

#### **Organizaciones gubernamentales**

- ADI. Agencias de Desarrollo de Inversiones [www.inversiones.gov.ar](http://www.inversiones.gov.ar)

- Aduana Argentina [www.aduanaargentina.com](http://www.aduanaargentina.com)
- BAExporta [www.baexporta.gba.gov.ar](http://www.baexporta.gba.gov.ar)
- Cámara de Diputados de la Nación [www.diputados.gov.ar](http://www.diputados.gov.ar)
- CEP. Centro de Estudios para la Producción [www.industria.gov.ar/cep](http://www.industria.gov.ar/cep)
- Comisión Nacional de Regulación del Transporte [www.cnrt.gov.ar](http://www.cnrt.gov.ar)
- CONICET. Consejo Nac. Investigac. Científicas Técnicas. [www.conicet.gov.ar](http://www.conicet.gov.ar)
- Direc. Nac. Programac. Econó. Regional [www.mecon.gov.ar/peconomica/dnper](http://www.mecon.gov.ar/peconomica/dnper)
- INDEC. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [www.indec.gov.ar](http://www.indec.gov.ar)
- INTA. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria [www.inta.gov.ar](http://www.inta.gov.ar)
- INTI. Instituto Nacional de Tecnología Industrial [www.inti.gov.ar](http://www.inti.gov.ar)
- Ministerio de Economía de la Nación [www.mecon.gov.ar](http://www.mecon.gov.ar)
- Políticas para el Desarrollo Territorial. Ministerio de Economía y Producción [www.desarr-territorial.gov.ar](http://www.desarr-territorial.gov.ar)
- SAGPYA. Secretaría Agricultura, Ganadería, Pesca [www.sagpya.mecon.gov.ar](http://www.sagpya.mecon.gov.ar)
- SENASA. Servicio Nacional de Sanidad Animal [www.senasa.gov.ar](http://www.senasa.gov.ar)
- SEPYME. Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional. [www.sepyme.gov.ar](http://www.sepyme.gov.ar) [www.proargentina.com](http://www.proargentina.com)
- SINAVIMO. Servicio Nacional Argentino de Vigilancia y Monitoreo de Plagas [www.sinavimo.gov.ar](http://www.sinavimo.gov.ar)

#### **Instituciones de alcance nacional**

- CEEDS. Centro Estudios Estratégicos Desarrollo Sostenible [www.ceeds.com.ar](http://www.ceeds.com.ar)
- CFI. Consejo Federal de Inversiones [www.cfired.org.ar](http://www.cfired.org.ar)

#### **Instituciones internacionales**

- Biblioteca Virtual de La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación [www.fao.org/waicent/portal/Virtuallibrary\\_es.asp](http://www.fao.org/waicent/portal/Virtuallibrary_es.asp)
- CEPAL. Comisión Económica para América Latina y el Caribe [www.cepal.cl](http://www.cepal.cl)
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura [www.iica.int](http://www.iica.int)
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [www.undp.org.ar](http://www.undp.org.ar)

#### **Fundaciones**

- Fundación Exportar [www.exportar.org.ar](http://www.exportar.org.ar)



- Fundación Invertir [www.invertir.com](http://www.invertir.com)
- Fundación Mediterránea [www.ieral.org](http://www.ieral.org)
- Fundación Observatorio PyME [www.observatoriopyme.org.ar](http://www.observatoriopyme.org.ar)
- FUNDELEC. Fundación para el Desarrollo Eléctrico [www.fundelec.org.ar](http://www.fundelec.org.ar)
- FUNDESER. Fundación Desarrollo Sustenta. Eco-Regiones [www.fundeser.org.ar](http://www.fundeser.org.ar)

## **Empresas y Bancos**

- Atanor [www.atanor.com.ar](http://www.atanor.com.ar)
- Hidroeléctrica Tucumán S.A. [www.hidrotuc.com.ar](http://www.hidrotuc.com.ar)
- Louis Dreyfus [www ldc.com.ar](http://www ldc.com.ar)
- Scania [www.scania.com.ar](http://www.scania.com.ar)
- Banco Credicoop [www.credicoop.com.ar](http://www.credicoop.com.ar)
- Banco de Inversión y Comercio Exterior [www.bice.com.ar](http://www.bice.com.ar)

## **Medios de Comunicación**

- Ambito Financiero [www.ambitoweb.com](http://www.ambitoweb.com)
- Clarín [www.clarin.com.ar](http://www.clarin.com.ar)
- El Cronista [www.cronista.com](http://www.cronista.com)
- La Nación [www.lanacion.com.ar](http://www.lanacion.com.ar)
- Revista Mercado [www.mercado.com.ar](http://www.mercado.com.ar)

## **Otros**

- Agro Alternativo [www.agroalternativo.com.ar](http://www.agroalternativo.com.ar)
- Biblioteca Central de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires [www.agro.uba.ar/biblioteca](http://www.agro.uba.ar/biblioteca)
- Contacto Rural [www.contactorural.com](http://www.contactorural.com)
- E-campo.com [www.e-campo.com](http://www.e-campo.com)
- ExportaPymes. Centro Internacionalización de Pymes. [www.exportapymes.com](http://www.exportapymes.com)
- Frutihortícola.com [www.frutihorticola.com](http://www.frutihorticola.com)

## **Sitios de la provincia de Tucumán**

- ATC. Asociación Tucumana Del Citrus [www.atcitrus.com](http://www.atcitrus.com)
- ATTA. Asociación Tucumana de Turismo Activo [www.attatucuman.com.ar](http://www.attatucuman.com.ar)

- EEAOC. Estac. Experiment. Agroindustrial Obispo Colombres [www.eeaoc.org.ar](http://www.eeaoc.org.ar)
- El Siglo de Tucumán [www.elsigloweb.com](http://www.elsigloweb.com)
- Ente Tucumán Turismo [www.tucumanturismo.gov.ar](http://www.tucumanturismo.gov.ar)
- Fundación del Tucumán [www.fundaciondeltucuman.org.ar](http://www.fundaciondeltucuman.org.ar)
- Fundación Magíster [www.fundacionmagister.org.ar](http://www.fundacionmagister.org.ar)
- Fundación Miguel Lillo [www.lillo.org.ar](http://www.lillo.org.ar)
- La Gaceta [www.lagaceta.com.ar](http://www.lagaceta.com.ar)
- Revista Contexto [www.contexto.com.ar](http://www.contexto.com.ar)
- Sitio Oficial de la Provincia de Tucumán [www.tucuman.gov.ar](http://www.tucuman.gov.ar)
- Tucumán Caracoles [www.tucumancaracoles.com.ar](http://www.tucumancaracoles.com.ar)
- Tucumán Productivo [www.tucumanproductivo.com.ar](http://www.tucumanproductivo.com.ar)
- Yerba Buena Virtual [www.yerbabuenavirtual.com.ar](http://www.yerbabuenavirtual.com.ar)
- Yo soy Tucumán [www.yosoytucuman.com.ar](http://www.yosoytucuman.com.ar)

## **Informes**

- Plan Estratégico Productivo para la Provincia de Tucumán.  
Autor: Ministerio de la Producción de Tucumán.
- Panorama económico provincial de Tucumán. Julio de 2005. Autor: Ministerio de Economía. Dirección Nacional de Programación Económica Regional.
- La inserción externa de las provincias argentinas. Rasgos centrales y tendencias a comienzos de 2000. Autor: Mariana Fuchs, consultora de la Oficina de la CEPAL en Buenos Aires. Junio de 2004.
- Proyecto de energías renovables en mercados rurales (PERMER). Identificación de usos productivos a ser abastecidos por energías renovables en la provincia de Tucumán. Autor: Secretaría de Energía de la Nación. Mayo de 2003.
- Argentina después de la crisis. Un tiempo de oportunidades. Informe Desarrollo Humano 2005. Autor: Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Potencialidades y limitaciones de los procesos de innovación en Argentina. Autor: Secretaría de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva. Observatorio Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva. Gustavo Lugones,
- Políticas de Desarrollo en el Norte Grande. Autor: Dirección Nacional de Programación Económica Regional (DNPER). Edgardo Lifschitz, director de Información y Análisis Sectorial y coordinador del trabajo.

- Análisis de las alternativas para la creación de una Agencia de Promoción del Sector Externo de la provincia de Tucumán.  
Autor: Ana Emérica Seitz. Consejo Federal de Inversiones. Febrero de 2005.
- Producción de cítricos en Argentina.  
Autor: Dirección de Agricultura de SAGPYA. Ing. Agr. Víctor Juan Luppiz.
- Análisis Sectorial Cítricos. Producción y Exportaciones.  
Autor: Agencia de Desarrollo de Inversiones.
- El complejo del limón en la región Noroeste.  
Autor: Dirección Nacional de Programación Económica Regional.
- La industria tabacalera en Argentina: un análisis económico.  
Autor: PricewaterhouseCoopers.
- Noroeste Argentino: Mejoramiento Genético de Especies con Fines Industriales.  
Autor: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.
- Descripción, Desarrollo y Perspectivas de las Energías Renovables en la Argentina y en el mundo. Autor: Secretaría de Energía de la Nación. Mayo 2004.
- Políticas de promoción de pymes y de exportaciones agroalimentarias. Marzo 03  
Autor: Federico Ganduglia. Inst. Interam. de Cooperación para la Agricultura.
- Perspectivas de los Biocombustibles en la Argentina y en Brasil,  
Autor: Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación, Instituto Interamericano de Cooperación para la agricultura. Buenos Aires, Octubre 2005.
- Evolución del Sector Agroalimentario Argentino durante el 2005.  
Autor: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.
- El perfil exportador del sector agroalimentario argentino. Las producciones de alto valor. Autor Edith S. de Obschatko.
- Argentina: Inserción Internacional y Perfil Productivo.  
Autor: Ing. Pablo Bereciartúa . ITBA (Instituto Tecnológico de Buenos Aires)-CEEDS (Centro de Estudios Estratégicos para el Desarrollo Sostenible).
- Industria manufacturera. Celulosa, papel y sus manufacturas.  
Autor: ADI. Agencia de Desarrollo de Inversiones.
- Los servicios a los exportadores de la cancillería argentina.  
Autor: Cancillería Argentina - Subsecretaría de Comercio Internacional 2005.
- Exportaciones de jugos concentrados de frutas.  
Autor: ADI. Agencia de Desarrollo de Inversiones
- Argentina, ventajas de invertir hoy. Autor: ADI. Agencia Desarrollo de Inversiones

- ¿Cuánto y dónde necesitamos, podemos y estamos dispuestos a invertir en Argentina? Autor: Gabriel Sánchez e Inés Butler. IERAL – Fundación Mediterránea, Julio 2004
- Diez razones para invertir en Argentina. Autor: ADI. Agenc Desarrollo Inversi.
- Infraestructura de Transporte de Cargas en la República Argentina. Autor: Foro de la Cadena Agroindustrial Argentina.
- Buenas Prácticas Agrícolas. Diagnóstico y Propuestas. El primer eslabón. Autor: Foro de la Cadena Agroindustrial Argentina.
- Agroalimentos Argentinos II. Autor: Asociación Argentina de Consorcios Regionales de Experimentación Agrícola (AACREA).

## **Publicaciones**

- Guía para invertir. Tucumán (2004). Ediciones del Copista. Enrique Martínez.
- Informe de Desarrollo Humano 2005. Argentina después de la crisis. Un tiempo de oportunidades. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Nueva Geografía Económica y su relevancia para Argentina (2005). ITBA-CEEDS. Pablo Bereciartúa
- Argentina. Supermercado del Mundo. Cancillería Argentina, Consejo Federal de de Inversiones, Banco de Inversión y Comercio Exterior, Fundación Exportar y Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación.
- Norte Argentino (2005). Consejo Federal de Inversiones.
- Revista Contexto. "100 ideas para crear nuevos negocios en Tucumán". Año IX – Nº 300. Marzo de 2006.
- Revista Contexto. "Qué conviene estudiar en Tucumán?". Año IX – Nº 299. Febrero de 2006.
- Revista Contexto. "Tucumanos: cómo piensan y qué consumen". Año IX –
- Nº 298. Enero de 2006.
- Revista Contexto. "Tucumán de cara al futuro". Año IX – Nº 297.
- Revista Contexto. "Ocho años. Edición Aniversario". Año IX – 291. Junio de 2005.
- Tucumán. El Libro (2004). Ediciones de la Feria del Libro.

Como paso siguiente, se comenzó a establecer una serie de contactos directos y en algunos casos se pautaron entrevistas personales para ampliar y optimizar los temas de interés disponibles. A continuación, se describen los contactos y entrevistas

realizados, más el listado de aquellas personas e instituciones a contactar por su potencial contribución conceptual e informativa a este trabajo.

### **Contactos realizados**

- Luis Zubizarreta, gerente Comercial de LOUIS DREYFUS.
- Ing. Marta Divo de Sésar, de Producción Vegetal de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires.
- Agencia de Desarrollo de Inversiones (ADI), del Ministerio de Economía y Producción.
- Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE), Rodrigo Mignone sede Bs. Aires.
- Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE), Gabriel Ghirardi, Región NOA.
- Luis Mendizábal, Cancillería Argentina.
- Fundación Exportar, Laura Fargioni.
- Pluspetrol Energy.
- Cámara de Diputados de la Nación.
- Foro de la Cadena Agroindustrial Argentina.

### **Entrevistas realizadas**

- Ing. Pablo Bereciartúa, director Ejecutivo del Centro de Estudios Estratégicos para el Desarrollo Sostenible (CEEDS).
- Ing. Mariano Alberto Pérez, Programa Proargentina. Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional.
- Ing. Agr. Eugenio Escala, asesor de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos.
- Lic. Miguel Almada, sección Biocombustibles de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos.
- Ing. Agr. Andrés Leone, sección Biocombustibles de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos.
- Rubén Mattone, gerente de Relaciones Institucionales y Comunicaciones de la Asociación de Bancos de la Argentina (ABA).
- Lic. María de las Mercedes Viega, coordinadora Área Cultura de la Representación Oficial de la Provincia de Tucumán en Capital Federal.
- Prof. Domingo Rodríguez, responsable de RRHH de la Representación Oficial de

la Provincia de Tucumán en Capital Federal.

- Ana Inés Campo, coordinadora de Turismo de la Representación Oficial de la Provincia de Tucumán en Capital Federal.

### **Entrevistas programadas**

- Dra. M. Olivera Carrión, Prof. Adjunta Cát. Bromatología. FFYB – UBA. Titular de la Asociación Argentina de Tecnólogos Alimentarios.
- Lic. Luis Leo de Leo & Asociados. Agentes de prensa de la empresa ATANOR.
- Luis Alberto Maza, Pluspetrol Energy. El Bracho, Tucumán.

### **Contactos programados a realizar**

- Aeropuertos Argentina 2000. Polo distribución San Miguel de Tucumán.
- Agencias de Promoción Provinciales en Argentina: Baexporta (Provincia Bs As.) Promendoza. Agencia Provincial de Desarrollo CREAM Provincia Río Negro
- Centro Azucarero Argentino Reconquista 336 - piso 12 TEL (011) 4322-9358
- Belgrano cargas
- Nuevo Central Argentino
- Secretaría de Transporte de la Nación
- Papelera Tucumán contacto: Luis Cattaneo, gerente Comercial
- Email: [ptuc@papelertucuman.com.ar](mailto:ptuc@papelertucuman.com.ar) web site: [www.papelertucuman.com.ar](http://www.papelertucuman.com.ar)
- Red de Agencias de Desarrollo Productivo, Secretaría de Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía de la Nación
- Liliana de Riz, investigadora. "Desarrollo Humano de la Argentina 2005"
- Ana Emérica Seitz, investigadora del Conicet. "Agencia de Promoción y Desarrollo Económico para Tucumán".
- Cámara Argentina de Turismo. Marco palacios, presidente. Piedras 383, 7 ° piso, Federación Argentina del Citrus.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. [www.iica.org.ar](http://www.iica.org.ar)
- Dirección Nacional de Alimentos
- Afinoa (Control Fitosanitario del Citrus Regional NOA). Ing. Fernando Illing, Gerente Técnico. [afinoafernando@speedy.com.ar](mailto:afinoafernando@speedy.com.ar)
- Cámara Argentina Productores de Arándanos y otros Berries [www.capab.org.ar](http://www.capab.org.ar)
- Banco Credicoop. Consultar sobre créditos para emprendimientos de arándanos
- Proyecto Turismo Termal. Arq. María del Carmen Saravia, directora de Desarrollo

de la Oferta. Secretaría de Turismo de la Nación. [desof@turismo.gov.ar](mailto:desof@turismo.gov.ar)

- Dirección Nacional de Asistencia Financiera. Fideicomiso para micro, pequeñas y medianas empresas Compre Argentino. Subset. Industria. Ministerio Economía
- Manos a la Obra. Plan Nacional de Desarrollo Local y Economía Social.
- Federación Agraria Argentina. Piedras 383 2° Piso [faaba@faa.com.ar](mailto:faaba@faa.com.ar)
- Cámara Argentina de la Construcción. Av. Paseo Colón TEL 823 4361-8778
- Centro de Estudios Nacionales de la Infraestructura y el Transporte. Arq. Osvaldo Pérez Pardo, presidente.
- Administrador De Vialidad Nacional, Ing. Nelson Periotti.
- Ente Nacional de Obras Hídricas de Saneamiento.
- Dirección Nacional de Gestión Ambiental. Proyecto Gestión de la Contaminación. Dr. Miguel Ángel Craviotto, director Nacional Proyecto. Lic. Ana Corbi, coordinad.
- Dirección de Industria Alimentaria. Ing. Mercedes Nimo
- Ing. Milton Sabio, área Apicultura de SAGPYA. [miel@sagyp.mecon.gov.ar](mailto:miel@sagyp.mecon.gov.ar)
- Federación Argentina de Entidades Empresarias del Autotransporte de Cargas Luis Morales, presidente.
- Fundación para el Desarrollo Eléctrico. H. Irigoyen 1180 [www.fundelec.org.ar](http://www.fundelec.org.ar)
- Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Rivadavia 1439
- Comisión de Energía y Combustibles. [ceycombust@hcdn.gov.ar](mailto:ceycombust@hcdn.gov.ar)
- Hidroeléctrica Tucumán S.A. Carlos Pellegrini 1427, Piso 9° [www.hidrotuc.com.ar](http://www.hidrotuc.com.ar)
- Consejo Federal Agropecuario.
- Secretaría de Energía de la Nación. Programa “Incremento de la Eficiencia Energética y Productiva en las Pymes Argentinas”.
- Cámara de Exportadores de la República Argentina. Enrique Mantilla, presidente. Av. Roque Sáenz Peña 740, Piso 1° [contacto@cera.org.ar](mailto:contacto@cera.org.ar) [www.cera.org.ar](http://www.cera.org.ar)
- Consejo Comercio Exterior Mercosur Sección Argentina Av. Roque S. Peña 740
- Instituto Nacional de Tecnología Industrial. Leandro N. Alem 1067, 7°
- Berries Del Plata. Ing. Agr. Marcelo Zanchetti, importante productor de arándanos
- Programa Nacional De Sanidad Vegetal.
- Unión Industrial Argentina. Departamento Desarrollo Regional. Av. de Mayo 1147
- Fondo Especial del Tabaco. SAGPYA.
- Asociación Argentina de Biocombustibles. Claudio Molina, presidente.
- AACREA Sarmiento 1236 5° piso TEL 011-4382-2076/79 [www.aacrea.org.ar](http://www.aacrea.org.ar)
- Marcelo Torrent, coordinados Regional TEL 03524-470016/0351-156526298

- Fundación Producir Conservando. Juan Llach
- Universidad Tecnológica Nacional. Ing. Guillermo Olivito, trabajo sobre cadenas productivas de valor.

Todo el material recibido y sus consecuentes evaluaciones, se encuentra en vías de ordenamiento, calificación, clasificación y en pasos siguientes, se tratará de generar un principio de homogenización y coherencia que permita finalmente, llegar al logro de una base informativa sólida, necesaria para sustentar un perfil cierto de la Provincia, que sin duda ameritará permanentes actualizaciones y nuevas incorporaciones.



## **TEMA 4**

### **Recepción progresiva del material informativo y conceptual.**

- **Recopilación, evaluación y ordenamiento tipológico de base.**
- **Determinación de faltantes, agregados y exclusiones.  
Seguimiento.**

#### **4- Recepción progresiva del material informativo y conceptual.**

- **Recopilación, evaluación y ordenamiento tipológico de base.**
- **Determinación de faltantes, agregados y exclusiones. Seguimiento.**

En todos y cada uno de los casos en que se recibió material informativo en sus diferentes formas: textos, gráficos, mapas, grillas, etc. tanto desde la Provincia de Tucumán, como lo obtenido en entrevistas realizadas en la Ciudad de Buenos Aires, se procedió a una primera calificación y posterior clasificación dentro de un ordenamiento temático de base que paulatinamente se amplía con nuevos aportes y que conlleva a un primer análisis y selección que implica, entre otros cuidados: descartes de reiteraciones, reordenamientos y extracción de lo más significativo que pueda ingresar a la galería de "hitos". Si bien estos debieran estar conformados casi en forma excluyente por los aportes de conceptos sobre cada tema y actividad, en los casos puntuales en que la entrega de opiniones conceptuales queda demorada o cuando se avizora que la posibilidad de obtenerla será más que dificultosa, se procede -a través del tratamiento de síntesis de la información- a una primera extracción de hitos o perfiles que puedan reemplazar o eventualmente ocupar el espacio destinado a la opinión conceptual, que se espera recibir.

Sobre la información que se recibe en forma impersonal, tanto de la Provincia como de la Capital Federal, una vez evaluada y preclasificada se procede a marcar aspectos que ameritan ser tratados con mayor profundidad, llegando a la necesidad de establecer canales activos de comunicación para lograr una mayor fluidez en la entrega de material mejor tratado o más apropiado. Lo que en algunos casos implica una ardua tarea no sólo de seguimiento también de asesoramiento y concientización. Tareas y esfuerzos que se repiten por igual en los casos inversos, cuando lo extenso o difuso de la información remitida, hace dificultoso un previo tratamiento de síntesis, que para mejor proveer debe ser realizada por quienes conocen y tienen en sus manos las fuentes de esa información.

En otro orden, se da el caso de recepción de material, que no siempre resulta pasible de síntesis o de localización de hitos, por excesos de tecnicismos y otras dificultades análogas que restringen los contenidos solo a expertos en cada materia. Estas instancias implican un necesario y a veces desgastante seguimiento en pos de la optimización de contenidos que puedan ser de utilización general.

## **TEMA 5**

**Inserción de pautas y criterios  
promocionales para el uso general y  
específico del material elaborado.**

## **5- Inserción de pautas y criterios promocionales para el uso general y específico del material elaborado.**

A modo de introducción es dable exponer algunas consideraciones y premisas, toda vez que el tema a promover -y más aun cuando se trata de sus *aspectos generales*- no es precisamente un “*producto*”, como ligeramente suelen llamarlo en ambientes publicitarios.

Como su nombre lo indica, un “*producto*” es algo *producido*, por una gran empresa, o por un artesano, sin desmerecer la gama intermedia. Y sobre sus bondades y ventajas, sobradamente pueden hablar los mismos *productores*, lo que constituye una más que significativa ayuda para las etapas posteriores.

De un estado -en este caso, provincial- difícilmente se pueda aseverar que es algo *producido*, ya que en todo caso es más bien “*devenido*”, como lo testimonia el paso del tiempo y las vicisitudes registradas en su historia.

Y a diferencia de un producto manufacturado, las bondades y ventajas no solamente no están tan definidas, sino que tampoco existe ningún gerente de... que pueda hablar claramente de ellas, como lo hace un productor de su producto.

Diferente es el caso de un tema puntual o específico, como es la producción agrícola ganadera, minera, fabril, etc. que si genera “*productos*” debidamente acotados con lo que se facilita su exposición y la posibilidad de oferta.

Por el contrario, una provincia no se ofrece, en todo caso se muestra.

Y se debe hacer con realidades que la sustenten, que la respalden, no como si estuviese suspendida en el vacío, sin compromisos con su entorno.

Se impone contar con un espectro fehaciente de posicionamientos y parámetros en materia de ventajas comparativas y competitivas, cotejadas en primer lugar a nivel de la propia región en que está inserta, para pasar al plano nacional, y todo lo competente más allá de esos alcances, que contribuya a brindar solidez al cometido.

Las pautas y criterios promocionales para el uso general y específico del material elaborado serán finalmente ajustadas cuando a lo realizado se sumen las instancias previas a la concreción de las piezas comunicacionales que integran este cometido, corporizadas en un video en alta definición y el prototipo de un libro, ambos sobre temáticas y perfiles generales de la provincia.

Piezas que necesariamente deberán tener un tratamiento armónico y equilibrado, que permita llegar mayormente a posibles inversores con un mensaje claro e impactante, sobre la generalidad de la Provincia de Tucumán y su posición y relación dentro del “Norte Argentino”. Sin descuidar las interrelaciones y dependencias con otros estados, a nivel de suministros de fluidos energéticos, salidas a puertos internacionales, etc.

En términos más domésticos, y tomando el plano general de la promoción, es dable señalar la necesidad de clarificar y puntualizar objetivos, porque la promoción, al igual que la ropa, no siempre resulta adecuada para todas las ocasiones.

Por otro lado, se impone separar el concepto de “pieza promocional” con el de “guía informativa”, que es una de las acciones más recurrentes.

La promoción -salvando distancias- puede decirse que es como una suerte de seducción, y por ende amerita un tratamiento acorde. La información en cambio, es en este caso parte del sustento verídico de la promoción.

Es así como en esta encomienda se está trabajando para lograr una base sustancial de información, y por otro en la estructura y contenidos para la realización de piezas comunicacionales autónomas, que finalmente se plasmarán en un video y un libro.

Entre la información -calificada y clasificada- y las estrategias promocionales con sus consecuentes piezas comunicacionales, media un aspecto sustancial que no sólo hace de amalgama entre ambos, sino que contribuye eficazmente a la elaboración de un perfil. Tal es el caso de las “apreciaciones conceptuales”, o “conceptos”. No es lo que más abunda y a falta de ellos se suele recurrir a la información, que volcada a piezas impresas, suele evidenciar obsolescencia antes de su utilización.

El contenido de datos informativos, cumple justamente el rol de informar. La promoción se sustenta en los sedimentos conceptuales que si bien pueden originarse en la información, deben ser tratados adecuadamente para diferenciarse de los datos que difícilmente sirvan por sí solos para promover.

En otro orden, la promoción bien entendida, debe obviar adjetivos y ponderaciones que caben más a un “producto”. Se debe contar con realidades, intrínsecas, comparativas o competitivas, pero realidades al fin.

## **TEMA 6**

**Entrega del material procesado**

**Abierto a actualizaciones permanentes.**

## **6- Entrega del material procesado**

### **Abierto a actualizaciones permanentes.**

A medida que la captura de material informativo en sus diferentes variables, sumado a las apreciaciones conceptuales, a partir de una primera calificación y clasificación va permitiendo, conformar un significativo caudal, se acrecientan las posibilidades de rescatar "hitos" y "parámetros" que a la postre permitirán -síntesis mediante- elaborar un perfil ajustado del potencial que Tucumán tiene para mostrar y ofrecer.

A modo de primera entrega del material procesado, se exponen a continuación los hitos, que probablemente no serán los definitivos en su totalidad, toda vez que van a ser pasibles de oportunas actualizaciones y adecuados procesos de síntesis.

#### **HITOS Y PERFILES**

##### **POSICIONAMIENTO**

La provincia de Tucumán está ubicada estratégicamente en el centro de comunicaciones del Noroeste Argentino. Es el núcleo de una región habitada por 4 millones de personas, que abarca Santiago del Estero, Catamarca, Jujuy, Salta y Tucumán. Es el centro cultural, empresario, científico, comercial y financiero de la región.

##### **AFIANZAMIENTO REGIONAL**

El proceso de integración es el instrumento para generar el desarrollo regional de Tucumán.

Es fundamental para el desarrollo regional afianzar el intercambio comercial entre el Noroeste Argentino y el Norte Grande Chileno.

En la región del Noroeste todas las actividades que se desarrollan son complementarias. Hay zonas agro ecológicas para todas las producciones agrícolas y pecuarias que no compiten entre sí.

La región Noroeste argentina sumada a la del Noreste-litoral conforman un potencial productivo relevante, especialmente en el sector de agro-alimentos, minería, desarrollo forestal y turismo. Ambas regiones, se caracterizan por la aptitud de sus suelos y clima para la producción agropecuaria

El Noroeste dispone de tierras para seguir creciendo en materia agropecuaria. La

actividad ganadera cuenta con gran disponibilidad de tierras para su desarrollo.

## CLIMA Y RELIEVE

La geografía tucumana, con llanuras al este, montañas al oeste separadas por bolsones y valles, sierras subandinas al norte, y en la parte occidental, sierras pampeanas, determina una gran variedad de microclimas subtropicales que posibilitan la diversidad de vegetación y cultivos.

Gigantescos horcomolles, laureles, robles, nogales, quebrachos, guayacanes, cedros y lapachos pueblan las selvas que cubren las laderas orientales de los cordones montañosos y los bosques de los llanos.

Del Aconquija nacen diez ríos que constituyen un importante caudal de riego para la provincia.

## MINERIA

La provincia dispone de una de las mayores reservas de salmuera saturada. Es un lugar único en la Argentina, donde la sal en roca es disuelta por corrientes de agua subterránea. Un tesoro natural del cual los indios ya extraían sal para comercializar.

Se destaca el interés hacia reservas metalíferas ubicadas en distintos puntos del territorio provincial tales como El Alisal (Departamento Lules y zona de Nevados del Aconquija (Departamento de Monteros, Chicligasta y sur de Tafí del Valle).

La producción minera no metalífera que caracteriza a esta Provincia está representada por la extracción de áridos (rubro que la coloca entre las cinco provincias de mayor producción): yeso, cal (cuya producción abastece al mercado interno con comercialización en provincias vecinas y ocasionalmente en Paraguay); limo; arcillas (materia prima de la industria cerámica- desde la rústica ladrillera a la de revestimientos de primera calidad ; sal (que cubre el 60% de la demanda nacional en lo que respecta a consumo doméstico). En Tucumán se encuentra la planta industrial de elaboración de sal fin más grande del país.

La actividad minera conduce a la transformación de la Provincia en un centro de servicios para emprendimientos vecinos como Bajo la Alumbra para satisfacer las principales necesidades de aprovisionamiento energético y procesos.



## AGUAS SUBTERRANEAS

Las aguas subterráneas aparecen en todos los departamentos de la provincia, a través de capas surgentes, a distintas profundidades. En todo el territorio existen aguas semisurgentes –en capas superiores- cuyas profundidades penetran, a medida que se alejan de la montaña, y en lo referente a calidad son potables y aptas para consumo.

## RED DE RIEGO

Las obras de riego de Tafí del Valle y Lules, incrementarán en 2.400 las hectáreas regadas en forma presurizada en la provincia, beneficiando a más de 800 productores locales.

## ENERGIA / GAS

La provincia cuenta con superávit en la generación de energía eléctrica de gran eficiencia y confiabilidad. Además, posee una capacidad instalada y una infraestructura de servicios acorde a los requerimientos de grandes emprendimientos mineros e industriales.

En Tucumán está instalado, y en funcionamiento, "El Bracho", uno de los polos energéticos más importantes de la Argentina. Figura entre los primeros 10 productores de energía eléctrica a nivel nacional en cuanto a la capacidad de sus instalaciones.

La ampliación del Gasoducto Norte significa una importante mejora en infraestructura para el suministro de gas industrial en las provincias de Tucumán, Salta y Córdoba. Permite incrementar la capacidad actual del ducto en 1,8 millones de metros cúbicos de gas por día: 700.000 m<sup>3</sup>/d en Tucumán, 200.000 m<sup>3</sup>/d en Salta, y 900.000 m<sup>3</sup>/d en Córdoba.

El gasoducto que cruza la provincia con sus ramales y redes, el polo energético, y la capacidad de transporte de las líneas de transmisión eléctrica, ofrecen a los inversores palpables oportunidades de instalarse y poder ser competitivos.

## ENERGIAS RENOVABLES

Las energías renovables son una herramienta poderosa para el desarrollo sustentable. Su evolución debe ser adoptada como una prioridad energética a nivel nacional. La región del Noroeste, puede contribuir eficazmente al cometido.

## **BIOCOMBUSTIBLES**

El uso de los biocombustibles genera una menor contaminación ambiental y son una alternativa viable al agotamiento ya sensible de energías fósiles, como el gas y el petróleo. Su desarrollo permite incorporar valor agregado a los granos, cereales, aceites, caña de azúcar, además de incrementar el área sembrada y atraer importantes inversiones.

La sanción de la ley es un paso muy positivo en el sentido de que el Estado reconoce la importancia de los biocombustibles y su incorporación a la matriz energética.

## **ENERGIA SOLAR**

Una de las opciones más prometedoras, dentro de las diferentes fuentes de energía, es la basada en la conversión fotovoltaica: transformación de la radiación solar directamente en electricidad.

En Tucumán se instalarán 250 equipos fotovoltaicos en localidades de alta montaña para mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales dispersas.

## **PRODUCCION**

Tucumán cuenta con una gran variedad de regiones agro ecológicas que permiten el desarrollo de diversos tipos de actividades agropecuarias.

Se destaca por la existencia de un importante know how en lo que se refiere a la producción de cultivos tradicionales y agroalimentos.

La provincia cuenta con una importante infraestructura productiva instalada.

Tucumán es el principal abastecedor del país en materia de azúcar, el principal productor de limones del mundo y un destacado productor de soja y frutas finas.

Además, la provincia se destaca por tener una estructura productiva diversificada.

## **AGRICULTURA**

Tucumán es la provincia con mayor cantidad de hectáreas cultivadas en el Noroeste Argentino. Participa con el 38,5 % de la superficie sembrada.

## **AZUCAR**

Tucumán es el principal productor de azúcar del país. La actividad azucarera es la más tradicional de la provincia y una de las más importantes fuentes de ingreso.

(Ver ítem Actividad Azucarera página 35)

## LIMON

La combinación de excelentes suelos y clima convierten a Tucumán en una de las zonas más privilegiadas del mundo para la producción del limón.

(Ver ítem Actividad Citrícola página 36)

## SOJA

La campaña de soja 2006 será muy buena en Tucumán y puede batirse el récord productivo. Se estima que rondará las 700.000 toneladas, superando en 100 mil el mejor registro provincial.

La tecnología aplicada en la provincia es equivalente a la de las principales regiones productoras del mundo. En un año normal el rendimiento promedio es de 2.800 kilos por hectárea, mientras que hay campos donde el piso es de 3.200 kilos.

Por el volumen de producción y capacidad logística se instaló en la provincia un nuevo acopiador de granos de la compañía Louis Dreyfus.

## GRANOS

Hay un creciente interés por diversificar la producción de poroto en Tucumán - basada en el cultivo de "negros" y de "colorados"- a otros tipos de porotos que demanda el mundo.

Existe una amplia gama de posibilidades de producción de todo el complejo porotero, gracias a la consolidación que está teniendo nuevamente este cultivo en la región Noroeste.

## ARANDANOS Y FRUTILLAS

En la provincia se registra un importante avance de las frutas finas como la frutilla y el arándano. Se trata de pequeñas superficies con alta rentabilidad y fuerte impacto en materia de absorción de mano de obra.

Tucumán cuenta con condiciones ideales para el cultivo del arándano. Tiene bajo riesgo climático y permite la producción de primicia.

La provincia dio un paso trascendental en su proyección al mundo con la exportación de fruta fresca primicia, convirtiéndose en la primera provincia argentina y único centro de producción mundial de contra estación que reúne esas condiciones, en

momentos en que la demanda crece, con precios muy atractivos para el productor. Por volumen y rendimiento, Tucumán es el principal productor nacional de Frutillas. Actividad que muestra interesantes incrementos de productividad.

## PALTA

El cultivo de la palta registró un significativo crecimiento, impulsado por las óptimas condiciones que posee la provincia para su desarrollo a gran escala.

## GANADERIA

Existen excelentes condiciones para el desarrollo de la ganadería en la provincia, con un amplio mercado consumidor insatisfecho y un alto potencial de crecimiento.

## ACTIVIDAD LECHERA

La región del Norte argentino tiene un gran déficit de producción lechera. Abastece tan sólo entre el 15 y el 20% del consumo interno. Existen posibilidades de aumentar la capacidad productiva para desarrollar la actividad lechera por la gran demanda del mercado interno y la posibilidad de vender al exterior si el NOA forma su propia cuenca lechera.

La región tiene condiciones agro ecológicas aptas para ser competitiva.

El Norte argentino presenta zonas de riego para el desarrollo de la actividad. Puede lograr alfalfa y maíz de alta productividad y obtener leche eficientemente.

Esta región es potencialmente la más importante para la elaboración de leche de cabra. De las 26 plantas elaboradoras que hay en el país, 16 se encuentran en esta área.

Tafi del Valle desarrolló un queso de cabra con propiedades diferenciales, sabores característicos e historia. Es una especialidad con importante potencial exportador.

## FORESTACION

Las características de la geografía tucumana resultan ideales para producir madera, cuenta con muchísimas zonas aptas para la producción forestal.

Tucumán posee 200 mil hectáreas con excelente aptitud ecológica. Esto se refleja en las tasas de crecimiento: eucaliptos: 45 m<sup>3</sup> /ha/año, coníferas 30 m<sup>3</sup> /ha/año.

La Región Norte de Argentina tiene un gran potencial y aptitud para el cultivo de especies forestales subtropicales con fines industriales.

La provincia de Tucumán presenta la mayor superficie cultivada con Pinus taeda en el Norte argentino.

## AREAS PROTEGIDAS

La provincia presenta diversas áreas protegidas caracterizadas por la gran riqueza de su flora y fauna, el esplendor de sus paisajes, al tiempo que poseen considerables valores arqueológicos, antropológicos, prehistóricos e hispánicos.

## AGROINDUSTRIA

La producción y exportación de agroalimentos es uno de los segmentos productivos con mayor futuro en Tucumán y el NOA.

Tucumán ostenta un perfil agroindustrial con posibilidades de ser profundizado y mejorado a partir de nuevos y diversos emprendimientos, para los que cuenta con innegables ventajas comparativas y competitivas.

La provincia fue elegida sede para la instrumentación de un polo tecnológico en agroalimentos.

## ACTIVIDAD AZUCARERA

La producción de caña y su posterior industrialización representan uno de los rubros de mayor importancia económica en la provincia, con una participación del 50% del PBI agrícola de Tucumán.

Las nuevas variedades de caña –con mayores rendimientos–, sumadas a las mejores técnicas de zafra –con máquinas de última generación–, permiten lograr una cosecha en verde de forma más amigable con el medio ambiente, con óptimos resultados en materia de rendimientos. En el sector se realizaron numerosas inversiones que tuvieron un claro impacto en la productividad de la industria.

La actividad azucarera registró en 2005 niveles récord de exportaciones.

En 2005 hubo un récord histórico de la zafra azucarera. Las importantes mejoras de productividad que se registraron, tanto en la etapa agrícola como en la industrial, sumadas a buenas condiciones climáticas, permitieron alcanzar la marca productiva más alta de la historia.

El sector azucarero argentino está exportando el 25% de la producción, esto marca un gran avance que permite generar divisas para la provincia, ayuda a sostener el precio del azúcar en el mercado interno y facilita la modernización de los ingenios.

## **ACTIVIDAD CITRICOLA**

Tucumán lidera la producción de limones del país, concentra el 90% de la producción nacional.

El limón tiene para la provincia de Tucumán una importancia indiscutible porque ofrece varios subproductos exportables a costos competitivos.

El complejo limonero se caracteriza por una elevada integración vertical. Con grandes explotaciones primarias de altos rendimientos y modernas plantas de empaque y procesamiento industrial.

Tucumán es uno de los principales centros industrializadores de limón del mundo.

El destino mayoritario de la producción de limón es la elaboración de jugo concentrado, aceites esenciales, aromas y cáscara deshidratada.

La capacidad industrial de Tucumán más el aporte de fábricas de otras provincias, convirtieron a la Argentina en el mayor centro mundial de industrialización de limón. Con una participación del 41,3%.

Los citricultores tucumanos están trabajando para conformar una asociación de productores y empacadores para llegar al mercado japonés con una marca única que identifique el limón de Tucumán.

La disponibilidad de cáscara de limón abre una formidable oportunidad para la elaboración de pectina, un producto estratégico de alto valor agregado.

## **INDUSTRIAS**

La tradicional industria azucarera, pionera por excelencia de la actividad económica de la provincia, conforma hoy, junto a grandes y modernos emprendimientos fabriles, un escenario productivo diversificado que convierte a Tucumán en una de las zonas más industrializadas de la región.

## **INDUSTRIAS ALIMENTICIAS**

En Tucumán está instalada una planta de golosinas perteneciente a una de las principales firmas de productos alimenticios del país, que exporta a todo el mundo.

## **INDUSTRIA AUTOMOTRIZ**

La planta de producción Scania instalada en Tucumán, es una de las más modernas en el país y está totalmente integrada a la estructura de producción global de la compañía.

La filial Tucumán es la principal productora de cajas de cambio y de diferenciales fuera de Suecia, y exporta productos terminados a todo el mundo. En los últimos 5 años la actividad de la planta ha tenido un crecimiento sostenido de casi el 100%.

En 2005, Scania Argentina vendió 1.659 camiones, lo que permitió a la filial local ubicarse en el 10° lugar entre los mayores mercados de la firma en todo el mundo, con el 22% de participación en el segmento de camiones de más de 300 CV, y con el 14,7% en el de más de 200 CV.

## CRECIMIENTO ECONOMICO

Tucumán tiene desarrollo fabril, una burguesía industrial desarrollada y capacidad de reacción que la colocan en un lugar privilegiado para el crecimiento sostenido durante los próximos años.

Las actividades industriales presentan una importante diversificación compuesta por sectores de gran tradición en la provincia

## COMERCIO INTERNACIONAL

Las exportaciones de Tucumán, en marcado crecimiento, le confieren una posición de liderazgo en la región del NOA.

Tucumán es el mayor exportador manufacturero del Norte argentino.

Las exportaciones de la provincia crecieron un 26% en el último año. Para 2006 se estima un crecimiento de entre 15 y 20%.

Tucumán tiene un perfil exportador diversificado, con variados sectores que venden al exterior, lo que distingue a la provincia de sus pares del NOA, que generalmente dependen en gran medida de un solo rubro exportable.

Las exportaciones tucumanas se caracterizan por estar balanceadas entre las distintas manufacturas y los productos primarios y por una relativa estabilidad en cuanto a la participación de los distintos rubros.

Las características de Tucumán ofrecen la oportunidad de colocación de productos en el mercado internacional en periodos de contra estación.

## COMUNICACIÓN CON PUERTOS INTERNACIONALES

El sector agropecuario de Tucumán y de todo el interior del país tiene un nuevo puerto para sacar sus productos al exterior. Se trata del Complejo Portuario Bunge de Ramallo.

El Norte es un afluente importante y natural hacia puertos del litoral fluvial argentino y no se estima rentable ni conveniente una operación de granel por la cordillera de los Andes hacia Chile, en particular cuando la producción no se encamina a mercados sobre el Pacífico.

Las exportaciones a Oriente tienen salidas directas al Pacífico través del Paso de Jama que forma parte del Corredor Bioceánico Norte.

De esta manera surgen perspectivas alentadoras para el comercio de productos locales hacia nuevos mercados.

## TRANSPORTE DE CARGAS

El transporte de cargas lleva a cabo un importante proceso de modernización para responder a las crecientes necesidades de la demanda.

El parque de camiones de Tucumán presenta una antigüedad promedio de 16 años, dos años menos que el promedio nacional.

## RED FERROVIARIA

Tucumán tiene conexión directa con los puertos de Rosario y Buenos Aires a través de la red ferroviaria, de trocha ancha y angosta, que favorece el establecimiento en la provincia de centros de distribución y transferencias.

## ZONA FRANCA

La implementación de la Zona Franca de Tucumán conforma un elemento de importancia estratégica, geográfica y regional.

## RECURSOS HUMANOS

En Tucumán la ciencia y la investigación tienen ámbitos propicios para su desarrollo a través de 3 universidades y varios centros reconocidos de investigación.

La Universidad Nacional de Tucumán es la casa de estudios de mayor prestigio y antigüedad del Noroeste argentino.

Tucumán cuenta con recursos humanos altamente capacitados y con una vasta experiencia en el manejo de diferentes cultivos. La eficaz adaptación de recursos humanos nativos en diversos campos industriales demuestra históricamente que cualquier nivel de emprendimientos industriales, puede ser atendido con capacidad y profesionalismo.



## CENTROS DE INVESTIGACION

Existen diversos centros especializados de investigación aplicados a temas industriales y agropecuarios, de significativo aporte en el desarrollo de nuevos productos y en el mejoramiento tecnológico de los ya existentes.

La EEAOC es primera estación experimental del país, la única de carácter provincial y agroindustrial.

## POBLACION Y CRECIMIENTO POBLACIONAL

Tucumán es la provincia más densamente poblada del país, característica que responde a su destacado desarrollo industrial en la región.

Con más de 800.000 habitantes, el Gran San Miguel de Tucumán es la ciudad de mayor crecimiento del norte argentino y la quinta con más población del país. Las proyecciones indican que antes de 2010 habrá más de un millón de personas, viviendo en una superficie que apenas representa el 5% del total provincial.

## CULTURA

La vida cultural de Tucumán es una de las más activas entre las capitales de provincia del país. Desde hace varias décadas, la ciudad cuenta con un equipo estable de coro, teatro, ballet y orquesta sinfónica de gran nivel y prestigio.

## PROPUESTAS DE CAMBIOS ESTRUCTURALES

Para que Tucumán crezca competitivamente, se deben resolver en el corto plazo los retos macroeconómicos necesarios que contribuyan a realizar cambios estructurales en las instituciones y en su economía productiva, y que permitan participar de manera más efectiva en la economía global.

## TURISMO

Tucumán cuenta con marcos naturales no explotados en la zona de yungas (compartida con la provincia de Catamarca) de características inigualables para las preferencias europeas y para corrientes internas de gran nivel.

Este atractivo único, que enlaza sin pausa el verde selvático con el blanco de los eternos nevados del Aconquija, suma una indiscutible ventaja competitiva, su cercanía con el Aeropuerto Internacional de la ciudad de San Miguel de Tucumán.

## **TEMA 7**

**Desarrollo de un pre-diagnóstico  
estratégico comunicacional,  
sobre la base de información disponible  
y en función de intereses y objetivos.**

## **7- Desarrollo de un pre-diagnóstico estratégico comunicacional, sobre la base de información disponible y en función de intereses y objetivos.**

Este cometido encierra la finalidad de encarar un relevamiento informativo conceptual y visual de los aspectos y actividades más significativas de la provincia, que permita disponer de un perfil general, sin que esto implique un "inventario" del territorio.

Como instancia complementaria, está el manejo de perfiles y conceptos para la elaboración de contenidos, más la consecuente producción de soportes y recursos para promocionar la Provincia fuera de sus límites políticos. Con el objetivo principal de captar nuevos inversores, y por otro lado contribuir a su reposicionamiento dentro de la región del norte argentino.

En consecuencia, no se está hablando de elaborar estrategias comunicacionales de alcance masivo. Si de acciones puntuales de promoción institucional directa.

Este punto de partida, no sólo establece un principio de dos campos donde focalizar las acciones, sino también la forma de encarar estos cometidos.

Si en una de estas instancias se persigue el propósito de reinstalar a la Provincia dentro de un epicentro regional, no necesariamente debe ser este el ámbito de esta etapa promocional, por lo que se estima dejar para el momento oportuno las pautas de una escalada directa dentro de la región del Noroeste, como también la focalización de los destinatarios puntuales de estas acciones.

Para el cometido de reforzar el posicionamiento de Tucumán dentro del Norte, las primeras acciones promocionales, de esta instancia deberían orientarse hacia los centros urbanos más importantes del País, con la convocatoria entre otros, de empresarios y directivos de cámaras sectoriales, de esos centros.

Obviamente el reposicionamiento de Tucumán, no saldrá de una acción manifiesta para este propósito, sino más bien de los buenos resultados de acciones directas de promoción basadas en lo que la provincia tiene para mostrar y ofrecer. Dando cabida en esta acción a la actividad privada de la Provincia de Tucumán. Con los que oportunamente se delinearán estrategias y pautas de acción que resulten beneficiosas y positivas para el accionar de empresarios y productores.

Toda vez que las acciones directas que se encaren, estarán en la mayoría de los

casos en que intervenga el sector privado, orientadas a la búsqueda de inversores, alianzas, aperturas de nuevos mercados, presentaciones ante organismos crediticios, etc. Generando una dinámica que como resultante, reforzará inequívocamente la condición de Tucumán de epicentro productivo y empresario, entre otras ventajas comprobadas.

Las formas y detalles de esta escalada a nivel de los principales centros del país, se delinearan oportunamente, una vez que se defina el perfil que mostrará la provincia.

Sin duda, una primera lectura de los conceptos amalgamados hasta ahora, arroja ya firmes conceptos: la necesidad y posibilidad de reposicionar a una Provincia con un rico y trascendente pasado histórico, una trayectoria educacional y cultural, que no solo cubrió el noroeste del país sino que llegó a tener fuerte presencia en la formación de profesionales de países de esta parte del continente.

Esto tiene que ver con la “gente de Tucumán” y no sólo con la riqueza de su suelo.

Por ello resulta más que importante, encarar con fuerza un tema que si bien se conoce en las estadísticas, se soslaya sistemáticamente en todas las formas de promoción o presentación: “la gente”.

La realidad es que Tucumán no sólo es la provincia de mayor densidad del País, sin duda es un territorio súper poblado. Por qué soslayarlo?

En todo caso, y dentro de lo posible, poner en valor esta realidad y sus orígenes. Y rescatar a modo de sedimento lo que ese caudal humano puede deparar.

Tucumán, debe y puede reconvertir su dinámica, no sólo en lo productivo, como ya lo está haciendo, sino también en lo que hace a prestaciones, de diversos órdenes e importancia.

Puede y debe orientarse a ser un Centro Estratégico de Servicios, en esta importante y poblada región del País. Cuenta para ello con una ponderable ubicación estratégica y radial.

Tiene posibilidades de capacitar y especializar un enorme caudal de recursos humanos, respaldados por una nueva generación de técnicos y profesionales con empuje y ganas de quedarse a hacer.

Prever y programar bases amplias y alcances lejanos, pueden enriquecer y potenciar la oferta actual.

La presentación de las realidades activas y productivas, que sin duda distancian positivamente a Tucumán de sus vecinos regionales, deben ser ponderadas como grandes focos de apertura y alcances que exceden los límites físicos de este estado.

Se impone pormenorizar estos conceptos, que se irán ampliando y ajustando con el conocimiento directo de la mayor cantidad de aspectos y posibilidades.

## **TEMA 8**

### **Evaluación conjunta de acciones Promocionales, y determinación de sus alcances.**

- **Consideración de posibles usos, destinos y conveniencias de las acciones a encarar.**
- **Metodología de seguimientos y progresiones**

## **8- Evaluación conjunta de acciones promocionales y determinación de sus alcances.**

- **Consideración de posibles usos, destinos y conveniencias de las acciones a encarar.**
- **Metodología de seguimientos y progresiones**

Por decisión de las autoridades provinciales intervinientes en este cometido, se pospuso la evaluación conjunta de las acciones promocionales y determinación de sus alcances, hasta tanto contar con un basamento más sólido, no sólo de conocimientos y conceptos sobre Tucumán, sino también de la participación de los distintos sectores y nucleamientos de la actividad privada, y los respectivos referentes de la estructura oficial de la provincia. Que en una primera lectura quedará en evidencia, cuando se sopesen las respuestas de la requisitoria.

Igual criterio se estableció para considerar posibles usos, destinos y conveniencias de las acciones promocionales a encarar. Toda vez que este aspecto será posible de evaluar con mayor determinación, una vez consensuados los contenidos.

En otro orden, se delinearon bases de trabajo participativo y formas de convergencia para la canalización del material informativo -y ocasionalmente conceptual- que de manera progresiva irá incrementando el caudal general y cada una de las temáticas específicas.

Como punto de partida para una metodología de seguimientos y progresiones, se estima como más que necesario, la creación de una “agencia” -preferentemente de conformación mixta- que no sólo cumpla este rol, sino también el de concentración y actualización en el tiempo, de todo material que haga a la imagen y perfil general de la provincia, en su rol pasivo y en su rol activo, convergiendo la comunicación y promoción institucional de los más variados temas y actividades de la Provincia de Tucumán, al servicio de todos los sectores, estructuras y nucleamientos que integran el quehacer público y privado del territorio.

## **TEMA 9**

**Desarrollo de guiones de base para  
aplicar a las piezas comunicacionales  
en vías de producción.**



## **9- Desarrollo de guiones de base para aplicar a las piezas comunicacionales en vías de producción.**

El desarrollo pautado de los respectivos guiones para el video en alta definición y el libro, obviamente se concretarán una vez realizados los primeros viajes de captura visual dentro del territorio provincial, y que será coincidente con el mayor aporte de información, conceptos y material complementario, que paulatinamente se irá incrementando en tiempo y forma, y contribuyendo de hecho a la optimización de los mensajes que servirán de base para estos desarrollos.

Con la evaluación de los conceptos que hasta el momento se disponen de la provincia, sus recursos y posibilidades, se pretende encarar para encabezar el mensaje, una presentación de los principales hitos que destacan a este territorio y la gente que lo habita, continuando con las referencias a los aspectos más significativos, y que si bien se pretende que la mayoría de ellos integren esta visión, no necesariamente serán presentados en este orden.

- Marcos naturales
- Clima
- Condiciones ambientales
- Hitos de recursos renovables y no renovables más significativos.
- Recursos energéticos
- Reservas potenciales
- Posicionamiento regional
- Comunicaciones y vías de salidas a puertos oceánicos
- Relación con corredores Bioceánicos
- Infraestructura de vías de comunicación y traslación
- Centros terminales de pasajeros y carga, terrestres y aéreos
- Industrias de base
- Industrias de crecimiento
- Industrias de desarrollo
- Pequeña y mediana industria
- Agroindustria
- Industria Alimenticia

- Sistema provincial de riego
- Producción agrícola
- Producción ganadería
- Forestación
- Cultivos tradicionales
- Diversificación y nuevos emprendimientos
- Recursos humanos
- Formación y capacitación
- Investigación
- Personalidades destacadas
- Población: Características y distribución
- Centros urbanos
- Actividad cultural y artística
- Actividad deportiva
- Hábitos de Consumo
- Medios de comunicación e informativos
- Marcos naturales turísticos
- Intereses turísticos específicos
- Infraestructura turística
- Inversión y emprendimientos en Turismo
- Areas y sectores para el desarrollo turístico
- Mensaje final

El desglose y cuantificación para determinar contenidos y volumen de referencias e imágenes, será por lógica una tarea que se perfilará una vez obtenido el grueso del material fotográfico y de video. Unica manera de evaluar con certeza, todos y cada uno de los temas referidos, más otros que en su momento puedan incorporarse.

Dejando para las respectivas etapas de edición, el pulimento de textos destinados a la locución del video y la estructura del libro. Tareas estas que serán sometidas a aprobación de las autoridades representativas de la Provincia de Tucumán.