

PROVINCIA DE LA RIOJA
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

INFORME FINAL

**FORTALECIMIENTO DE LA
COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
PARA LA PROMOCIÓN DE LA
ACTIVIDAD MINERA EN LA RIOJA**

JULIO 2026

María Agustina Gnecco

ÍNDICE

1. Introducción	3
1.1. Presentación	3
1.2. Finalidad y objetivos de la consultoría	3
1.3. Alcance de la consultoría	4
1.4. Organización del informe	5
 2. Desarrollo del proyecto	 5
2.1. Tarea 1. Análisis situacional de actores, objetivos y contenidos comunicacionales	5
2.1.1. Revisión y análisis del Plan de Desarrollo Minero	6
2.1.2. Relevamiento de contenidos actuales	8
2.1.3. Relevamiento de referentes del sector	14
2.1.4. Identificación de actores clave	17
2.2. Tarea 2. Plan de contenidos	20
2.2.1. Definición de ejes narrativos	20
2.2.2. Campañas de contenido	22
2.2.3. Construcción del mapa de actores	27
2.2.4. Elaboración de un calendario para la producción de contenido	28
2.2.5. Guía de estilo	28
2.3. Tarea 3. Producción de contenidos	31
2.3.1. Presentaciones institucionales	32
2.3.2. Folletos y piezas gráficas para impresión	33
2.3.3. Documentos de vocería institucional	35
2.3.4. Piezas para redes sociales	35
2.3.5. Producción audiovisual y coberturas fotográficas	37
2.4. Tarea 4. Implementación y articulación para la difusión institucional	39
2.5. Tarea 5. Monitoreo y evaluación	39
2.5.1. Registro de entregables producidos	39
2.5.2. Desarrollo del reporte final con resultados	40

3. Cumplimiento del plan de trabajo	40
4. Resultados alcanzados	42
4.1. Fortalecimiento de la planificación estratégica de la comunicación institucional	43
4.2. Consolidación de un sistema integral de comunicación institucional	43
4.3. Generación de capacidades institucionales para la continuidad de la estrategia	44
5. Recomendaciones	45
5.1. Consolidar la planificación comunicacional como herramienta permanente de gestión	45
5.2. Profundizar las campañas de comunicación de largo plazo	45
5.3. Fortalecer la articulación institucional para la comunicación de información estratégica	46
5.4. Institucionalizar la función de comunicación	46
5.5. Incorporar instancias periódicas de seguimiento y evaluación	46
6. Conclusiones	47
7. Anexos	48
7.1. Flujograma del área de Comunicación	48
7.2. Benchmarking de comunicación institucional	49
7.3. Mapa de Públicos	49
7.4. Matriz de Medios	51
7.5. Plan de Comunicación Minera	52
7.6. Guía de mensajes clave y enfoque comunicacional	52
7.7. Calendario editorial	55
7.8. Guía de estilo	55
7.9. Producciones gráficas, audiovisuales y fotográficas	55
7.10. Registro de entregables	56
7.11. Detalle de entregables	57

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Presentación

La presente consultoría se desarrolló en el marco del contrato EX-2025-00049147- -CFI-GES#DC, suscripto con el Consejo Federal de Inversiones (CFI).

El proyecto fue ejecutado en articulación con la Secretaría de Minería y el Ministerio de Trabajo, Empleo, Industria y Minería, acompañando el fortalecimiento de la comunicación institucional mediante el desarrollo de herramientas estratégicas y acciones de asistencia técnica previstas en el Plan de Trabajos aprobado.

El presente Informe Final documenta las actividades desarrolladas durante la consultoría, los productos elaborados, los resultados alcanzados y las recomendaciones formuladas, dejando registro de la metodología aplicada y de las herramientas generadas como respaldo técnico del trabajo realizado.

1.2. Finalidad y objetivos de la consultoría

La presente consultoría se desarrolló conforme a la finalidad y los objetivos establecidos en el Anexo I – Plan de Trabajos del Contrato de Obra EX-2025-00049147- -CFI-GES#DC, los cuales orientaron el desarrollo de las actividades ejecutadas durante todo el período de implementación del proyecto.

Finalidad

Contribuir a mejorar la percepción pública sobre la actividad minera, facilitar el acceso ciudadano a información clave sobre proyectos estratégicos en marcha y promover espacios de diálogo transparente con actores sociales, educativos y productivos.

Objetivo general

Fortalecer la comunicación institucional del Ministerio de Trabajo, Empleo, Industria y Minería sobre la actividad minera mediante una estrategia de producción de contenidos multiformato que contribuya a mejorar la percepción pública y la transparencia informativa.

Objetivos específicos

- Realizar un análisis situacional de la comunicación con eje en los contenidos actuales y del sector.
- Desarrollar piezas gráficas, audiovisuales y publicitarias para difundir información clara y accesible sobre los proyectos mineros en curso.
- Mejorar la presencia y articulación de la comunicación institucional del Ministerio de Trabajo, Empleo, Industria y Minería en medios digitales, redes sociales y medios tradicionales.
- Posicionar al Gobierno provincial como promotor de una minería con criterios de sostenibilidad y responsabilidad social.
- Acompañar a voceros institucionales y actores clave en la gestión comunicacional de los contenidos producidos.

1.3. Alcance de la consultoría

La consultoría comprendió el desarrollo integral de una estrategia de fortalecimiento de la comunicación institucional para la actividad minera en la provincia de La Rioja, abordando de manera articulada las etapas de diagnóstico, planificación, producción de contenidos, acompañamiento a la implementación y documentación de los resultados obtenidos.

Las actividades desarrolladas incluyeron el análisis de la situación comunicacional, la elaboración de herramientas de planificación estratégica, la producción de materiales gráficos y audiovisuales, el diseño de contenidos para distintos canales institucionales y el acompañamiento técnico al equipo de comunicación de la Secretaría de Minería durante la ejecución del proyecto.

En el transcurso de la consultoría, el trabajo evolucionó desde la resolución de necesidades comunicacionales específicas hacia la construcción de herramientas metodológicas orientadas a fortalecer la gestión de la comunicación institucional. Como resultado, además de los productos previstos contractualmente, se desarrollaron lineamientos, criterios de trabajo y documentos de planificación destinados a facilitar la continuidad de la estrategia de comunicación una vez finalizada la asistencia técnica.

El alcance de la consultoría se mantuvo en todo momento dentro de los objetivos y tareas establecidos en el Plan de Trabajos aprobado, adaptando las acciones a las necesidades institucionales surgidas durante su implementación, sin modificar el objeto contractual. Esta adecuación permitió acompañar la evolución del proceso de planificación estratégica de la Secretaría de Minería y

responder a los requerimientos comunicacionales que fueron surgiendo durante el período de ejecución.

1.4. Organización del informe

El presente Informe Final se estructura en seis capítulos que documentan de manera integral el desarrollo de la consultoría y el cumplimiento del plan de trabajo establecido en el contrato.

Luego de esta introducción, el Capítulo 2 describe el desarrollo del proyecto, detallando la metodología aplicada, las actividades realizadas y los productos elaborados durante cada una de las etapas de la consultoría.

El Capítulo 3 presenta el grado de cumplimiento del plan de trabajo aprobado, vinculando las tareas previstas contractualmente con las acciones efectivamente desarrolladas.

El Capítulo 4 expone los principales resultados alcanzados a partir de la implementación de la consultoría, mientras que el Capítulo 5 reúne las recomendaciones formuladas para favorecer la continuidad y consolidación de la estrategia de comunicación institucional.

Finalmente, el Capítulo 6 presenta las conclusiones generales del proyecto y los anexos reúnen la documentación técnica y los materiales elaborados durante la ejecución de la consultoría.

2. DESARROLLO DEL PROYECTO

2.1. Tarea 1. Análisis situacional de actores, objetivos y contenidos comunicacionales

La primera etapa del proyecto estuvo orientada a la realización de un análisis situacional que permitiera comprender el contexto comunicacional del área de Minería de la provincia de La Rioja y generar los insumos necesarios para el diseño de una estrategia de comunicación institucional alineada con los objetivos establecidos en el Plan de Desarrollo Minero.

Esta instancia constituyó la base metodológica sobre la cual se estructuró el resto del proyecto. Su desarrollo comprendió el relevamiento de documentación estratégica, el análisis de los contenidos institucionales existentes, el estudio comparativo de experiencias implementadas por

organismos mineros de otras provincias y la identificación de los principales actores vinculados con la actividad minera provincial.

La información obtenida permitió reconocer fortalezas, oportunidades de mejora y necesidades comunicacionales, aportando criterios objetivos para la definición de los ejes narrativos, los públicos prioritarios, los lineamientos editoriales y las herramientas de comunicación que posteriormente fueron desarrolladas durante la ejecución del proyecto.

Los resultados de esta etapa también facilitaron la construcción de un diagnóstico compartido con el equipo técnico del Ministerio de Trabajo, Empleo, Industria y Minería, fortaleciendo la articulación institucional y proporcionando una base de trabajo común para el diseño e implementación de la estrategia de comunicación.

2.1.1. Revisión y análisis del Plan de Desarrollo Minero (incluye la adecuación editorial y el diseño del Plan Quinquenal 2026–2030)

Aclaración metodológica

*En el Plan de Trabajo contractual esta actividad se denomina "**Revisión y análisis del Plan de Desarrollo Minero 2025–2026**". Durante la ejecución de la consultoría, dicho instrumento evolucionó hacia el **Plan Quinquenal para el Desarrollo Minero de La Rioja 2026–2030**, ampliando su horizonte temporal con el propósito de acompañar los objetivos estratégicos de corto, mediano y largo plazo definidos por el Ministerio. En consecuencia, las acciones desarrolladas en el marco de esta consultoría se realizaron sobre la versión actualizada del Plan, sin que ello implicara modificaciones en el alcance de las tareas previstas contractualmente.*

Cabe señalar que, si bien el diseño editorial del Plan Quinquenal se presenta en este apartado por formar parte de los productos asociados a esta tarea, su desarrollo se llevó a cabo en una etapa posterior de la consultoría, una vez definida la guía de estilo y la identidad visual institucional correspondiente a la Tarea 2. Esta organización responde a la estructura del Plan de Trabajo contractual y no necesariamente al orden cronológico de ejecución de las actividades.

a. Revisión estratégica del instrumento de planificación

Como punto de partida del proyecto, se llevó adelante la revisión y el análisis del instrumento de planificación estratégica que orienta la política minera provincial. Esta instancia permitió comprender los objetivos institucionales, los lineamientos de gestión y las prioridades definidas para el desarrollo de la

actividad minera, constituyendo la base sobre la cual se estructuró la estrategia integral de comunicación desarrollada durante la consultoría.

El análisis del Plan posibilitó identificar aquellos contenidos que requerían una mayor traducción comunicacional para facilitar su comprensión por parte de distintos públicos, así como reconocer la necesidad de fortalecer la articulación entre los aspectos técnicos del documento y una narrativa institucional clara, coherente y accesible. Asimismo, permitió establecer los principales ejes conceptuales que posteriormente orientaron el desarrollo de las acciones de comunicación institucional, manteniendo como principios transversales la sostenibilidad, la transparencia, el desarrollo territorial, la participación ciudadana y la promoción de una minería responsable.

b. Adecuación editorial y comunicacional del Plan Quinquenal

A partir del análisis realizado, la consultoría brindó acompañamiento editorial y comunicacional durante el proceso de elaboración del **Plan Quinquenal para el Desarrollo Minero de La Rioja 2026–2030**, contribuyendo a su adecuación como documento de comunicación institucional.

El trabajo comprendió la revisión editorial de los contenidos, la unificación de criterios de redacción, la organización y jerarquización de la información, la adecuación del lenguaje para públicos diversos y el fortalecimiento de la coherencia narrativa del documento, procurando preservar en todo momento el contenido técnico y estratégico elaborado por las áreas competentes del Ministerio.

Asimismo, se consolidó una narrativa institucional consistente con los objetivos del Plan y con los principios rectores de la política minera provincial, favoreciendo una comunicación institucional clara, ordenada y alineada con la estrategia general de comunicación desarrollada durante la consultoría.

c. Diseño editorial e identidad visual del documento

Si bien el presente apartado corresponde a la Tarea 1 del Plan de Trabajo, el diseño editorial del Plan Quinquenal se desarrolló en una instancia posterior de la consultoría, una vez definida la guía de estilo y la identidad visual institucional (Tarea 2, desarrollada en el apartado 2.3 del presente informe). En consecuencia, el diseño del documento se realizó aplicando los criterios gráficos y comunicacionales establecidos para la identidad institucional del área.

La intervención comprendió el diseño editorial completo del documento, la definición de su estructura visual, la diagramación integral de los contenidos, la jerarquización gráfica de la información y el desarrollo de recursos visuales tales como infografías, esquemas, tablas e indicadores, aplicando criterios de identidad visual acordes con la comunicación institucional de la Secretaría de Minería.

El diseño fue concebido con criterios de legibilidad, claridad y accesibilidad, favoreciendo una lectura dinámica y una adecuada organización de la información técnica. Asimismo, permitió disponer de una publicación preparada tanto para formatos digitales como impresos, apta para su utilización en presentaciones institucionales, jornadas técnicas, espacios de vinculación con la comunidad, reuniones con potenciales inversores y otras acciones de difusión de la política minera provincial.

d. Aporte del trabajo realizado

El trabajo desarrollado permitió consolidar el Plan Quinquenal para el Desarrollo Minero de La Rioja 2026–2030 como una herramienta de comunicación institucional, fortaleciendo su capacidad para transmitir de manera clara, ordenada y consistente los lineamientos estratégicos de la política minera provincial.

La adecuación editorial, el diseño integral y la organización comunicacional del documento facilitaron su utilización como material de referencia para presentaciones institucionales, instancias de socialización con distintos actores del sector, actividades de promoción de inversiones y como base conceptual para la producción de contenidos, piezas gráficas y acciones de comunicación desarrolladas durante el resto de la consultoría.

2.1.2. Relevamiento de contenidos actuales

a. Alcance del relevamiento

Con el propósito de establecer una línea de base para el desarrollo de la estrategia de comunicación, se realizó un relevamiento de los contenidos institucionales difundidos por el área de Minería al inicio de la consultoría. El análisis permitió conocer cómo se comunicaban las acciones vinculadas con la actividad minera provincial, qué canales se utilizaban, qué tipos de contenidos se producían y cuáles eran los principales criterios visuales y discursivos aplicados.

El relevamiento comprendió los perfiles institucionales propios de la Secretaría de Minería y los canales del Ministerio de Trabajo, Empleo, Industria y Minería utilizados para comunicar programas, actividades y acciones relacionadas con el sector. Esta consideración resultó necesaria debido a que la difusión de contenidos mineros se encontraba distribuida entre ambas estructuras institucionales y no todas las publicaciones eran replicadas de manera uniforme entre sus respectivos perfiles.

El análisis contempló las siguientes dimensiones:

- canales institucionales existentes;
- nivel de actividad y regularidad de publicación;
- temáticas predominantes;
- tipos y formatos de contenidos;
- tono y lenguaje utilizados;
- criterios de identidad y coherencia visual;
- articulación entre las cuentas institucionales;
- circuitos internos de producción, validación y difusión.

b. Canales de comunicación relevados

Al inicio de la consultoría, la comunicación digital vinculada con la actividad minera provincial se desarrollaba principalmente a través de Facebook, Instagram, X y LinkedIn. La Secretaría de Minería contaba con perfiles institucionales propios, mientras que parte de sus acciones también era difundida desde las cuentas del Ministerio de Trabajo, Empleo, Industria y Minería.

Esta coexistencia permitía ampliar la difusión de determinadas actividades, pero presentaba diferencias en los criterios de publicación y replicación. Se observó que algunos contenidos aparecían únicamente en los canales del Ministerio, mientras que otros eran publicados desde los perfiles específicos de Minería, sin que existiera una pauta homogénea para definir qué contenidos correspondía difundir en cada cuenta. El diagnóstico identificó, por lo tanto, la necesidad de mejorar la articulación entre ambos niveles institucionales y establecer criterios claros para la distribución de la información.

Asimismo, el relevamiento permitió reconocer funciones diferenciadas entre las plataformas. Facebook e Instagram se utilizaban principalmente para comunicar acciones institucionales, actividades, programas y convocatorias dirigidas a públicos amplios. LinkedIn concentraba publicaciones de carácter institucional y profesional, mientras que X presentaba una presencia más limitada y orientada a la difusión inmediata de información.

c. Tipos de contenidos publicados

El análisis de las publicaciones existentes permitió identificar un predominio de contenidos vinculados con la gestión institucional y la agenda cotidiana del área. Entre las principales temáticas relevadas se encontraban:

- reuniones, encuentros y actividades oficiales;
- eventos y acciones institucionales;
- programas de formación y capacitaciones;
- convocatorias e inscripciones;
- Registro de Profesionales Mineros;
- Registro Provincial de Proveedores de Empresas Mineras;

- convenios y articulaciones institucionales;
- efemérides vinculadas con la minería y las profesiones relacionadas;
- difusión de acciones y resultados de gestión.

También se registraban contenidos destinados a comunicar actividades formativas, informes de programas y acciones vinculadas con el desarrollo del sector. Sin embargo, el conjunto presentaba un perfil predominantemente informativo e institucional, centrado en comunicar hechos y actividades ya realizadas o convocatorias próximas.

El relevamiento permitió advertir una presencia más reducida de contenidos pedagógicos orientados a explicar aspectos técnicos de la minería, materiales destinados a responder dudas frecuentes de la ciudadanía, testimonios de actores del sector, historias vinculadas con el empleo y el desarrollo territorial, o publicaciones que permitieran relacionar la actividad minera con la vida cotidiana de las comunidades.

Esta observación resultó relevante para las etapas posteriores, ya que evidenció la necesidad de ampliar el enfoque temático y complementar la comunicación de gestión con contenidos explicativos, educativos, territoriales y humanos.

d. Frecuencia y planificación de las publicaciones

En cuanto a la frecuencia, se observó que la producción se encontraba asociada principalmente a acontecimientos de la agenda institucional, como actividades oficiales, capacitaciones, convocatorias, convenios y efemérides. La publicación de contenidos respondía, por lo tanto, en gran medida a las necesidades inmediatas de difusión y no a una calendarización editorial común para los distintos canales.

Si bien existía actividad en las principales plataformas, el relevamiento permitió identificar la necesidad de avanzar hacia una planificación sostenida que posibilitara distribuir los contenidos de manera equilibrada, anticipar fechas relevantes, garantizar la continuidad de los ejes comunicacionales y evitar que la agenda quedara concentrada exclusivamente en anuncios o hechos coyunturales.

Esta situación constituyó uno de los fundamentos para la posterior elaboración de calendarios de producción y publicación, desarrollados en el marco de la Tarea 2.

e. Formatos utilizados

La existencia de distintos formatos representaba una base favorable para el desarrollo de la comunicación digital. No obstante, se observó que su

aplicación no siempre respondía a criterios comunes de jerarquización, extensión, legibilidad o adecuación al canal.

En algunas publicaciones predominaba el registro fotográfico o audiovisual sin una intervención gráfica que permitiera contextualizar la información; en otras, las piezas concentraban un volumen elevado de texto. También se registraban diferencias en la utilización de portadas, tipografías, colores, recursos gráficos y formas de organizar la información.

El diagnóstico evidenció, por lo tanto, la necesidad de sistematizar el uso de los formatos, definiendo criterios específicos para piezas informativas, convocatorias, carruseles, contenidos audiovisuales, materiales pedagógicos y publicaciones institucionales.

f. Tono y lenguaje

La comunicación existente presentaba un tono principalmente institucional e informativo, orientado a transmitir acciones oficiales, actividades de gestión y novedades del área. El lenguaje utilizado resultaba adecuado para comunicar información formal, aunque no siempre se encontraba adaptado a las características y conocimientos de los distintos públicos.

Se identificó una limitada diferenciación discursiva entre contenidos técnicos, convocatorias, publicaciones institucionales y materiales destinados a la ciudadanía. Asimismo, se observó la necesidad de traducir determinados conceptos del sector minero a un lenguaje más claro, cercano y pedagógico, sin perder precisión técnica.

El diagnóstico permitió reconocer como oportunidad la incorporación de una narrativa capaz de combinar:

- rigurosidad institucional;
- claridad informativa;
- lenguaje accesible;
- enfoque territorial;
- cercanía con las comunidades;
- explicación pedagógica de la actividad minera;
- visibilización de sus dimensiones productivas, ambientales, educativas y sociales.

Estos criterios fueron posteriormente retomados en la definición de los ejes narrativos y en la elaboración de la guía de estilo correspondiente a la Tarea 2.

g. Identidad y coherencia visual

El relevamiento evidenció que la Secretaría de Minería no contaba, al inicio de la consultoría, con un sistema visual plenamente consolidado y aplicado

de manera uniforme en sus canales. Se observaban diferencias en el tratamiento gráfico de las publicaciones, en el uso de colores, tipografías, jerarquías, imágenes y recursos visuales. Tampoco existía una completa uniformidad en el tono y el lenguaje utilizado entre las distintas plataformas.

La convivencia entre piezas producidas para la Secretaría de Minería y contenidos difundidos desde el Ministerio generaba, además, variaciones en las aplicaciones institucionales. Si bien las publicaciones permitían reconocer su pertenencia al Gobierno de La Rioja, no conformaban todavía un sistema específico que otorgara continuidad y reconocimiento a la comunicación minera.

Este diagnóstico fundamentó la necesidad de desarrollar una guía de estilo y una identidad visual capaz de ordenar la producción gráfica, establecer criterios comunes y garantizar coherencia entre documentos, redes sociales, presentaciones, materiales audiovisuales y soportes institucionales.

h. Fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora

A partir del relevamiento se estableció un diagnóstico de las condiciones iniciales de la comunicación institucional.

Fortalezas identificadas

- Existencia de perfiles institucionales en las principales redes sociales.
- Producción de contenidos vinculados con la gestión y las actividades del área.
- Diversidad de temas institucionales para comunicar.
- Disponibilidad de registros fotográficos y audiovisuales.
- Presencia de contenidos relacionados con formación, convocatorias y registros.
- Articulación comunicacional con los canales del Ministerio de Trabajo, Empleo, Industria y Minería.
- Existencia de antecedentes gráficos y audiovisuales que podían ser reorganizados dentro de una estrategia integral.

Debilidades identificadas

- Ausencia de una identidad visual específica y aplicada de manera homogénea.
- Falta de criterios editoriales comunes entre los distintos canales.
- Diferencias en el tono, el lenguaje y el tratamiento gráfico de las publicaciones.
- Distribución fragmentada de contenidos entre los perfiles de la Secretaría y del Ministerio.
- Falta de una pauta uniforme para la replicación de publicaciones.

- Predominio de contenidos institucionales y coyunturales.
- Escasa presencia de contenidos pedagógicos, testimoniales y territoriales.
- Uso no sistematizado de los diferentes formatos.
- Dependencia de la agenda inmediata y de los acontecimientos de gestión para definir las publicaciones.
- Necesidad de fortalecer la planificación anticipada de contenidos.

Oportunidades de mejora

- Consolidar una identidad discursiva y visual propia para la comunicación minera.
- Establecer criterios comunes de producción, aprobación y publicación.
- Diseñar una planificación editorial sostenida.
- Diversificar los contenidos mediante formatos pedagógicos, audiovisuales y testimoniales.
- Adaptar los mensajes según los públicos y las plataformas.
- Mejorar la articulación entre la Secretaría de Minería y el Ministerio.
- Fortalecer la comunicación territorial y la cercanía con las comunidades.
- Traducir conceptos técnicos a un lenguaje claro y accesible.
- Vincular la actividad minera con el empleo, la formación, la innovación, el ambiente y el desarrollo local.
- Utilizar los canales institucionales como espacios de información, explicación y construcción de confianza.

No se identificaron amenazas externas específicas en esta instancia, dado que el relevamiento estuvo orientado principalmente al análisis interno de los contenidos, canales y procesos existentes. Los factores externos vinculados con el contexto comunicacional del sector y las experiencias de otros referentes se desarrollan en el apartado 2.1.3. Relevamiento de referentes del sector.

i. Relevamiento de los circuitos internos de comunicación

Como parte del análisis situacional, también se relevaron los procesos internos vinculados con la producción, validación y difusión de contenidos. Esta instancia permitió identificar las áreas participantes, las responsabilidades asignadas, los canales utilizados para intercambiar materiales y las distintas etapas de revisión previas a su publicación.

A partir de este trabajo se elaboró un flujograma del área de Comunicación, en el que se representaron los circuitos correspondientes a comunicación general, coordinación comunicacional, diseño, producción audiovisual, redes y medios digitales y prensa. El esquema detalló las etapas

comprendidas entre la definición de los contenidos y su publicación o envío a medios, incluyendo las instancias de producción, ajustes, aprobación y validación interna.

El flujograma permitió visualizar la intervención de las distintas áreas y reconocer los puntos de contacto entre los equipos, así como los canales utilizados para la producción, validación y difusión de materiales. Su elaboración contribuyó a ordenar el proceso de trabajo, clarificar responsabilidades y establecer una base operativa para la producción de contenidos desarrollada durante las etapas posteriores de la consultoría.

El flujograma completo se incorpora como **Anexo 7.1** del presente informe, en carácter de respaldo documental del diagnóstico de los procesos internos de producción, validación y difusión de contenidos desarrollado durante esta etapa de la consultoría.

j. Aporte del trabajo realizado

El relevamiento permitió construir un diagnóstico integral de la situación comunicacional de la Secretaría de Minería al inicio del proyecto, identificando los recursos disponibles, las prácticas existentes y las principales necesidades de fortalecimiento. Asimismo, el análisis de los circuitos internos permitió comprender cómo se producían y validaban los contenidos, aportando una base organizativa para mejorar la coordinación entre los equipos. Este diagnóstico constituyó un insumo para las decisiones adoptadas en las etapas siguientes, particularmente para la definición de los ejes narrativos, la organización del plan de contenidos, la elaboración de la guía de estilo, la calendarización de publicaciones y el desarrollo de las piezas gráficas y audiovisuales.

2.1.3. Relevamiento de referentes del sector

a. Objetivo del relevamiento

Con el propósito de complementar el diagnóstico comunicacional desarrollado en los apartados anteriores, se realizó un relevamiento comparativo de las estrategias de comunicación implementadas por organismos públicos provinciales vinculados con la actividad minera. Esta instancia tuvo como finalidad identificar buenas prácticas, reconocer tendencias en la comunicación institucional del sector y obtener criterios de referencia que permitieran fortalecer la estrategia comunicacional de la Secretaría de Minería de La Rioja.

El análisis no tuvo como objetivo replicar modelos existentes, sino comprender cómo otras jurisdicciones abordaban la comunicación pública de una actividad productiva compleja, identificando aquellas experiencias que pudieran adaptarse al contexto institucional y territorial de la provincia. De esta

manera, el benchmarking constituyó una herramienta metodológica para fundamentar las decisiones adoptadas durante el diseño del sistema de comunicación institucional.

b. Metodología de análisis comparativo

Para el desarrollo del benchmarking se seleccionaron organismos responsables de la política minera en las provincias de San Juan, Catamarca, Jujuy, Salta y Santa Cruz, incorporándose además el caso de La Rioja como referencia para el análisis comparativo. La selección respondió a la relevancia que estas jurisdicciones poseen dentro del sector minero nacional y a la disponibilidad de canales institucionales activos que permitieran realizar un análisis homogéneo.

El estudio se estructuró sobre tres dimensiones de análisis:

- Identidad visual, considerando la coherencia gráfica entre plataformas, el uso de recursos visuales, la relación con la identidad institucional del gobierno provincial y la consistencia en la aplicación de criterios de diseño.
- Contenidos publicados, analizando las principales temáticas abordadas, los formatos utilizados, la distribución entre contenidos institucionales, educativos, informativos y de cercanía, así como el equilibrio entre imágenes, recursos audiovisuales y textos.
- Estrategia de comunicación, evaluando el tono discursivo, el grado de claridad de los mensajes, la adaptación de contenidos técnicos a públicos generales, la utilización de recursos narrativos y el nivel de profesionalización de la comunicación digital.

Este análisis permitió construir una matriz comparativa orientada a identificar fortalezas, oportunidades de mejora y criterios comunes entre las distintas experiencias provinciales.

El benchmarking completo, incluyendo la matriz comparativa y el análisis detallado de cada jurisdicción, se incorpora como **Anexo 7.2** del presente informe, como evidencia metodológica del análisis comparativo realizado.

c. Principales hallazgos del análisis

El relevamiento evidenció que las estrategias de comunicación institucional de los organismos analizados presentaban diferentes niveles de desarrollo y profesionalización. No obstante, fue posible identificar un conjunto de buenas prácticas comunes que resultaron de especial interés para el diseño de la estrategia comunicacional de la Secretaría de Minería de La Rioja.

Identidad institucional

Las jurisdicciones con estrategias comunicacionales más consolidadas presentaban sistemas de identidad visual consistentes entre sus diferentes plataformas digitales, manteniendo criterios homogéneos en el uso de colores institucionales, tipografías, recursos gráficos y organización de la información. Esta coherencia favorecía el reconocimiento institucional y otorgaba continuidad a la comunicación pública.

En contraste, el análisis realizado sobre La Rioja permitió advertir oportunidades de mejora relacionadas con la consolidación de una identidad visual propia y con la unificación de criterios gráficos y discursivos entre los distintos canales institucionales.

Organización editorial y contenidos

El benchmarking mostró que los organismos con mejores resultados combinaban contenidos institucionales vinculados con la gestión pública junto con publicaciones educativas, explicativas y de divulgación, orientadas a acercar la actividad minera a la ciudadanía mediante un lenguaje claro y accesible.

Asimismo, se observó una planificación editorial que permitía equilibrar noticias institucionales, programas de formación, información técnica, efemérides, contenidos audiovisuales y publicaciones centradas en el desarrollo productivo y territorial, evitando que la comunicación quedara limitada a la difusión de actividades oficiales.

Formatos y recursos comunicacionales

En las provincias analizadas se identificó un uso creciente de formatos audiovisuales, carruseles explicativos, piezas gráficas con criterios unificados y recursos orientados a facilitar la comprensión de contenidos técnicos.

También se observó la incorporación de fotografías de producción propia y registros audiovisuales que contribuían a fortalecer la cercanía institucional y a mostrar la actividad minera desde una perspectiva más humana y territorial.

Tono y estrategia de comunicación

El análisis permitió identificar una tendencia hacia estrategias de comunicación que combinaban el rigor técnico propio de los organismos públicos con un lenguaje más cercano, transparente y pedagógico.

Las experiencias más consolidadas evitaban limitar la comunicación a información administrativa, incorporando contenidos destinados a explicar procesos, responder consultas frecuentes, visibilizar el trabajo desarrollado en territorio y fortalecer el vínculo con la comunidad.

Del mismo modo, el relevamiento puso en evidencia la importancia de mantener coherencia entre los distintos canales institucionales, evitando

diferencias significativas en el tono, la identidad visual o los criterios editoriales aplicados.

d. Aplicación de los resultados a la estrategia de comunicación

Los resultados obtenidos mediante el benchmarking fueron utilizados como insumo para la definición de los criterios generales de la estrategia comunicacional desarrollada durante la consultoría.

El análisis comparativo permitió validar la necesidad de avanzar hacia una comunicación institucional más integrada, con una identidad visual consistente, una planificación editorial sostenida y una mayor diversidad de formatos y contenidos. Asimismo, reafirmó la importancia de incorporar una narrativa capaz de combinar información técnica con un lenguaje accesible, fortaleciendo la transparencia institucional y favoreciendo una mejor comprensión de la actividad minera por parte de los distintos públicos.

Estas conclusiones fueron retomadas posteriormente durante la elaboración de la guía de estilo, la definición de los ejes narrativos, la planificación de contenidos y el desarrollo de piezas gráficas y audiovisuales, estableciendo un vínculo directo entre el diagnóstico comparativo y las decisiones metodológicas adoptadas en la Tarea 2.

2.1.4. Identificación de actores clave

a. Objetivo del relevamiento

Como parte del diagnóstico inicial de la consultoría, se realizó un relevamiento de los principales actores vinculados con la actividad minera en la provincia de La Rioja. El objetivo de esta instancia fue identificar y caracterizar los públicos estratégicos con los que la Secretaría de Minería interactúa en el desarrollo de sus políticas, programas y acciones institucionales, comprendiendo sus intereses, niveles de vinculación, expectativas y formas de relacionamiento.

La identificación de estos actores constituyó un insumo fundamental para comprender el ecosistema institucional y social en el que se desarrolla la actividad minera provincial. Asimismo, permitió establecer una base metodológica para el posterior diseño de estrategias de comunicación diferenciadas, orientadas a responder a las necesidades y características de cada público.

b. Metodología

La identificación de actores se desarrolló a partir del análisis del funcionamiento institucional de la Secretaría de Minería, la revisión del Plan Quinquenal de Desarrollo Minero, el relevamiento de los programas y proyectos

en ejecución y el análisis de los distintos espacios de articulación existentes entre el sector público, el sector privado, el ámbito académico y la comunidad.

Como resultado de este proceso se elaboró el Mapa de Públicos, concebido como una herramienta de diagnóstico destinada a identificar los actores relevantes para la comunicación institucional y caracterizar para cada uno de ellos su nivel de vinculación con la Secretaría de Minería, los objetivos compartidos, los resultados esperados y las principales expectativas respecto de la gestión pública. Este trabajo permitió comprender no sólo quiénes conforman el ecosistema minero provincial, sino también el rol que cada actor desempeña dentro de la política minera y la importancia de adaptar posteriormente las acciones comunicacionales según sus características e intereses. El documento completo se incorpora como **Anexo 7.3** del presente informe, en carácter de respaldo documental del diagnóstico desarrollado durante esta etapa.

c. Actores relevantes identificados

- **Actores institucionales**

El relevamiento identificó como actores estratégicos a los organismos públicos con responsabilidades directas en la planificación, regulación, control y ejecución de la política minera provincial. Entre ellos se incluyeron el Ministerio de Trabajo, Empleo, Industria y Minería, la Secretaría de Minería, la Secretaría de Industria, la Secretaría de Ambiente, el IRePCySA y las empresas estatales EMSE y Kallpa I+D.

El análisis permitió reconocer las funciones específicas de cada organismo, los niveles de articulación existentes y los objetivos comunes vinculados con el fortalecimiento institucional, la sostenibilidad ambiental, la modernización de la gestión pública y el desarrollo productivo de la provincia.

- **Sector productivo**

Se identificó como actores relevantes al sector empresario minero, las cámaras empresariales, los proveedores locales y demás organizaciones vinculadas con la cadena de valor minera.

El relevamiento permitió comprender las expectativas de estos actores respecto de la previsibilidad institucional, la generación de oportunidades de inversión, el fortalecimiento de proveedores locales y la articulación público-privada como herramienta para promover el desarrollo económico y la generación de empleo en la provincia.

- **Sistema científico y académico**

También se incorporaron al análisis las universidades nacionales, instituciones académicas y centros de investigación vinculados con la actividad minera.

Estos organismos fueron identificados como actores estratégicos por su aporte a la generación de conocimiento, la formación de recursos humanos especializados, la investigación aplicada y la transferencia tecnológica, aspectos considerados fundamentales para el desarrollo sostenible del sector. Asimismo, se incluyó al Consejo Federal de Inversiones (CFI), en función de su rol como organismo de asistencia técnica y acompañamiento institucional del proyecto.

- **Comunidades y organizaciones**

El relevamiento contempló a las comunidades locales, organizaciones de la sociedad civil y demás actores territoriales vinculados directa o indirectamente con la actividad minera.

Su incorporación respondió a la necesidad de comprender las expectativas sociales respecto del desarrollo de la actividad, la importancia de los procesos de participación ciudadana, el acceso a información clara y transparente y la construcción de relaciones basadas en el diálogo, la confianza y el respeto por las particularidades ambientales, sociales y culturales de cada territorio.

- **Medios de comunicación**

Como complemento del relevamiento de actores, se elaboró una matriz de medios de comunicación, destinada a identificar los principales canales periodísticos y de difusión con capacidad para amplificar la comunicación institucional de la Secretaría de Minería. La matriz incluyó medios provinciales, regionales y especializados, permitiendo reconocer sus características, alcance, perfiles editoriales y potencial como canales estratégicos para la difusión de acciones institucionales, campañas de comunicación, actividades territoriales y contenidos de interés público.

Si bien la planificación de acciones específicas con estos medios fue desarrollada en etapas posteriores de la consultoría, su identificación durante la etapa diagnóstica permitió incorporarlos como actores relevantes dentro del ecosistema comunicacional del sector y contar con una base organizada para futuras acciones de prensa y difusión.

La matriz de medios elaborada durante esta etapa se incorpora como **Anexo 7.4** del presente informe, como herramienta de apoyo para la planificación de futuras acciones de prensa y difusión institucional.

d. Aporte del trabajo realizado

La identificación y caracterización de los actores clave permitió comprender el ecosistema institucional, productivo, académico y social vinculado con la actividad minera provincial, estableciendo una base metodológica para el diseño de estrategias de comunicación diferenciadas según las características, intereses y expectativas de cada público. Asimismo, el relevamiento de medios de comunicación proporcionó una herramienta para fortalecer las futuras acciones de prensa y difusión institucional.

2.2. Tarea 2. Plan de contenidos

A partir de los resultados obtenidos durante el análisis situacional desarrollado en la Tarea 1, se avanzó en el diseño del Plan de Contenidos previsto en el Plan de Trabajo contractual, con el objetivo de estructurar una estrategia de comunicación institucional que orientara de manera sistemática la producción y difusión de contenidos de la Secretaría de Minería.

Esta etapa estuvo orientada a transformar el diagnóstico inicial en herramientas concretas de planificación comunicacional, estableciendo criterios para la organización de los contenidos, la definición de los principales ejes narrativos, la segmentación de los públicos, la planificación editorial y la unificación de lineamientos discursivos y visuales para los distintos canales y soportes institucionales.

Su desarrollo comprendió la definición de los ejes temáticos de la estrategia, el diseño de campañas de contenido, la construcción del mapa de actores como herramienta para la planificación comunicacional, la elaboración de un calendario editorial y el desarrollo de una guía de estilo destinada a ordenar y dar coherencia a la producción de materiales institucionales.

Los productos desarrollados durante esta etapa constituyeron el marco metodológico que orientó la producción de piezas gráficas, contenidos audiovisuales, presentaciones institucionales, materiales de difusión y demás acciones de comunicación implementadas durante la ejecución de la consultoría.

2.2.1. Definición de ejes narrativos, campañas y públicos

A partir de los resultados obtenidos durante el análisis situacional desarrollado en la Tarea 1 y de los lineamientos establecidos en el Plan Quinquenal para el Desarrollo Minero de La Rioja 2026–2030, se elaboró el Plan de Comunicación Minera, documento estratégico previsto en el Plan de Trabajo

contractual y destinado a orientar la comunicación institucional de la Secretaría de Minería.

El Plan fue concebido como una herramienta de planificación integral para organizar la producción de contenidos y fortalecer la comunicación pública de la actividad minera, estableciendo objetivos comunicacionales, criterios metodológicos, ejes narrativos, campañas de contenido y lineamientos generales para la implementación de la estrategia de comunicación institucional. Asimismo, definió una metodología de trabajo estructurada en etapas que permitió vincular el diagnóstico inicial con la planificación y posterior producción de contenidos, asegurando coherencia entre los objetivos estratégicos y las acciones de comunicación desarrolladas durante la consultoría.

La construcción de esta estrategia tomó como base el Mapa de Públicos elaborado durante la Tarea 1 (**Anexo 7.3**), utilizando la segmentación previamente desarrollada para orientar la comunicación hacia las distintas audiencias identificadas y adecuar los contenidos a sus necesidades de información.

En función de ello, se establecieron cuatro ejes narrativos que organizaron la estrategia de contenidos y sirvieron de base para el diseño de las campañas de comunicación previstas en el Plan de Comunicación Minera:

- **Minería en Movimiento**, orientado a comunicar la gestión pública, el avance del Plan de Desarrollo Minero, los programas, proyectos y acciones impulsadas por la Secretaría de Minería.
- **Minería Transparente**, destinado a fortalecer el acceso a la información sobre la actividad minera mediante contenidos vinculados con la normativa, los procesos de control, la gestión ambiental y la transparencia institucional.
- **Minería que Inspira**, enfocado en visibilizar el impacto de la actividad minera sobre las personas y el territorio, promoviendo contenidos relacionados con el empleo, la formación, el desarrollo de proveedores y las oportunidades de crecimiento local.
- **Minería te Explico**, orientado a acercar la actividad minera a la comunidad mediante contenidos educativos y de divulgación que facilitaran la comprensión de conceptos técnicos a través de un lenguaje claro y accesible.

El Plan de Comunicación Minera se incorpora como **Anexo 7.5** del presente informe.

La estrategia definida en dicho documento se implementó mediante el desarrollo de cuatro campañas de contenido organizadas a partir de estos ejes narrativos, cuyo desarrollo se presenta en el apartado siguiente.

2.2.2. Campañas de contenido

En cumplimiento de lo previsto en el Plan de Trabajo y conforme a la estrategia definida en el Plan de Comunicación Minera (**Anexo 7.5**), se implementaron campañas de contenido previstas para la comunicación institucional de la Secretaría de Minería.

Cada una de ellas reunió distintas líneas temáticas y permitió desarrollar contenidos de carácter institucional, informativo y educativo, adaptados a los diferentes canales de comunicación y orientados a los públicos definidos durante la etapa de diagnóstico. Esta metodología permitió mantener una planificación temática sostenida, diversificar los contenidos institucionales y consolidar una identidad comunicacional coherente en todos los soportes utilizados.

- **Campaña:** Minería en Movimiento
- **Objetivo:** Comunicar la gestión institucional y el avance del Plan de Desarrollo Minero.
- **Principales líneas temáticas a desarrollar:** Plan Quinquenal para el Desarrollo Minero, programas institucionales, Registro Provincial de Proveedores de Empresas Mineras, actividades de gestión, avances de proyectos y acciones impulsadas por la Secretaría de Minería.

The infographic is set against an orange background. On the left, a white box contains the text 'Visibilización de la gestión pública y las acciones del Plan Minero, a través de información clara sobre qué se hace, cómo se avanza y cuáles son los resultados.' accompanied by a magnifying glass icon. In the center, there is a photo of a mineral specimen and a dark abstract graphic with the word 'CONTENIDO' in orange. On the right, a dark grey box titled 'CONTENIDO' with an orange arrow icon lists various institutional actions.

MINERÍA EN MOVIMIENTO

Visibilización de la gestión pública y las acciones del Plan Minero, a través de información clara sobre qué se hace, cómo se avanza y cuáles son los resultados.

CONTENIDO

Acciones de gestión y avances del Plan.
Proyectos y resultados en curso.

- Simplificación del trámite de las DIA.
- Diseño de página web institucional.
- Publicación periódica del Catastro Minero.
- Plataforma de gestión de usuarios y formularios online.
- Sistema de notificaciones virtuales y Guías de Tránsito Minero.
- Digitalización de formularios e informatización.
- Relevamiento de equipamiento y RR.HH. Viajes y misiones institucionales.

Ejemplos:



- **Campaña:** Minería Transparente
- **Objetivo:** Promover el acceso a información pública sobre la actividad minera y fortalecer la transparencia institucional.
- **Principales líneas temáticas a desarrollar:** Ambiente, normativa, organismos competentes, procesos de control, procedimientos administrativos, gestión ambiental y transparencia institucional.



Ejemplos:



- **Campaña:** Minería que Inspira
- **Objetivo:** Visibilizar el impacto de la actividad minera sobre el desarrollo provincial.
- **Principales líneas temáticas a desarrollar:** Empleo, formación, desarrollo de proveedores locales, oportunidades productivas, innovación, desarrollo territorial y crecimiento económico.

MINERÍA QUE INSPIRA

Difusión de **relatos humanos y testimonios** que conecten emocionalmente con la sociedad.

Vocerías institucionales y expertos.

Historias humanas vinculadas a la minería.

Régimen provincial de incentivos a inversiones.

Proyecto BID.

Registro de proveedores y decreto reglamentario.

Programa de financiamiento para proveedores locales.

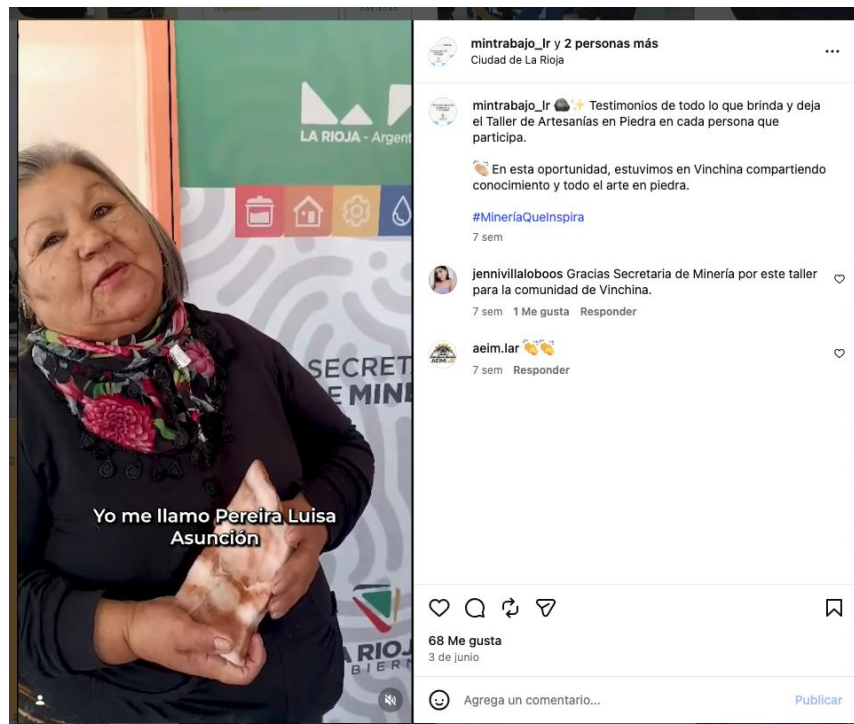
Plan estratégico para minería no metalífera.

Seguimiento y evaluación con cámaras.

LÍNEAS DE TEMÁTICAS DE CONTENIDO

- Rol de la Secretaría de Minería.
- Rol de Kallpa.
- Rol de EMSE.
- Beneficios de la minería para el desarrollo sostenible.

Ejemplos:



Reel testimonial realizado en el marco del eje "Minería que inspira", con la participación de una asistente al Taller de Artesanías en Piedra realizado en Vinchina.

- **Campaña:** Minería te Explico
- **Objetivo:** Acercar la actividad minera a la comunidad mediante contenidos educativos y de divulgación.
- **Principales líneas temáticas a desarrollar:** Etapas de la actividad minera, minerales presentes en la vida cotidiana, perfiles laborales, seguridad, ambiente, organismos vinculados al sector y contenidos técnicos desarrollados en lenguaje claro y accesible.

MINERÍA TE EXPLICO

Se centra en **acercar la minería a la ciudadanía con un lenguaje claro, pedagógico y accesible.**



CONTENIDO

Explicaciones técnicas y ejemplos cotidianos.

Evaluación del programa "Minería Sostenible y Comunidad"

Nuevo plan de capacitación en otras regiones.

Plan de capacitación para profesionales.

Convenios de pasantías con universidades nacionales.

Programa de formación para autoridades.

- ¿Para qué sirve la minería y cuáles son sus usos principales?
- Tipos de minería y tipos de minerales.
- Etapas de un proyecto minero.
- Minerales que producirá La Rioja y sus aplicaciones.
- Proyectos mineros en curso.
- Oportunidades laborales y perfiles profesionales demandados.
- Diferencias entre minería social, responsable y sustentable.

LÍNEAS DE TEMÁTICAS DE CONTENIDO



Ejemplos:



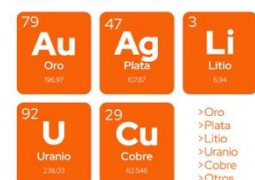
¿De qué está hecha una casa?

De muchos **materiales**.
Y muchos de ellos
provienen de la **minería**.



¿Sabías que hay distintos tipos de minería?

ACÁ TE CONTAMOS CUÁLES SON



¿Cuáles son los minerales metalíferos?

79 Au Oro	47 Ag Plata	3 Li Litio
92 U Uranio	29 Cu Cobre	> Oro > Plata > Litio > Uranio > Cobre > Otros

La implementación de estas campañas permitió trasladar la estrategia definida en el Plan de Comunicación Minera a una producción sostenida de contenidos institucionales, favoreciendo una comunicación planificada, coherente y orientada a las necesidades de información de los distintos públicos. Las campañas constituyeron el marco de referencia para la producción de piezas gráficas, audiovisuales y materiales de comunicación desarrollados durante la siguiente etapa de la consultoría.

Si bien las cuatro campañas fueron implementadas conforme a la estrategia definida en el Plan de Comunicación Minera, el volumen de contenidos desarrollado en cada una respondió a la disponibilidad de información institucional y a las prioridades comunicacionales identificadas durante la ejecución de la consultoría.

2.2.3. Construcción del Mapa de Actores

Como parte de la implementación de la estrategia de comunicación institucional prevista en el Plan de Trabajo, se elaboró una Guía de mensajes clave y enfoque comunicacional para la minería en La Rioja, concebida como una herramienta de apoyo para orientar la comunicación institucional de la Secretaría de Minería y facilitar la aplicación práctica de los lineamientos definidos en el Plan de Comunicación Minera.

El documento tradujo los principales resultados del diagnóstico comunicacional y del análisis de actores desarrollado durante la Tarea 1 en criterios concretos para la construcción de mensajes institucionales, proporcionando pautas para fortalecer la comunicación pública de la actividad minera desde un enfoque estratégico, claro y cercano. Entre otros aspectos, incorporó principios generales de comunicación minera, recomendaciones sobre el enfoque comunicacional, errores frecuentes a evitar, mensajes clave organizados por ejes temáticos, criterios de tono y terminología recomendada para la comunicación institucional.

Asimismo, la guía incluyó una serie de recomendaciones destinadas a fortalecer el trabajo del equipo de comunicación de la Secretaría de Minería en futuras etapas, proponiendo acciones vinculadas con la planificación de contenidos, la construcción de bases de datos de actores y medios, el monitoreo de la agenda sectorial, la identificación de referentes territoriales y la elaboración de materiales de divulgación dirigidos a la ciudadanía. De esta manera, el documento constituyó una herramienta práctica para favorecer la continuidad y consolidación de la estrategia comunicacional desarrollada durante la consultoría.

La Guía de mensajes clave y enfoque comunicacional para la minería en La Rioja se incorpora como **Anexo 7.6** del presente informe.

2.2.4. Elaboración de un calendario para la producción de contenido

Con el propósito de facilitar la implementación inicial de la estrategia de comunicación, se elaboró un Calendario Editorial para los meses de octubre y noviembre, organizado en función de los ejes narrativos definidos en el Plan de Comunicación Minera. La planificación contempló la producción de contenidos para redes sociales, gacetillas, materiales de apoyo para jornadas y talleres, incorporando hitos institucionales, acciones de capacitación y otras instancias relevantes previstas para ese período.

Más que constituir una planificación cerrada, el calendario fue concebido como una herramienta de organización y coordinación que permitió anticipar la producción de contenidos, ordenar prioridades y establecer una metodología de trabajo para la gestión comunicacional. Su implementación durante los primeros meses permitió poner en práctica la estrategia definida, evaluar formatos, ajustar mensajes y sentar las bases para una planificación editorial sostenida.

Cabe señalar que, dada la naturaleza del proceso de fortalecimiento de la comunicación institucional de la actividad minera en la provincia, la planificación debió complementarse con una gestión permanente de la agenda. Durante la ejecución de la consultoría surgieron nuevas acciones institucionales, proyectos, actividades territoriales y necesidades comunicacionales que requirieron respuestas oportunas y la adecuación continua de la planificación originalmente prevista. En este sentido, el calendario editorial funcionó como una herramienta flexible, capaz de adaptarse a la evolución de la agenda institucional sin perder de vista los objetivos estratégicos definidos para la comunicación.

El Calendario Editorial se incorpora como **Anexo 7.7** del presente informe.

2.2.5. Guía de Estilo

Con el objetivo de dotar a la comunicación institucional de una identidad visual consistente y reconocible, se elaboró una Guía de Estilo Gráfico para Redes Sociales, concebida como un documento de referencia para orientar el diseño y la producción de piezas comunicacionales vinculadas a la actividad minera.

La guía definió los principales lineamientos gráficos de la estrategia de comunicación, estableciendo criterios para la construcción de una identidad visual moderna, clara y coherente con los valores que se buscó transmitir durante la consultoría: una minería innovadora, responsable, transparente y comprometida con el desarrollo sostenible de la provincia. Para ello se establecieron pautas relacionadas con la tipografía institucional, la paleta cromática, el tratamiento de las imágenes, los recursos gráficos y la composición general de las piezas destinadas a redes sociales.

04 Tipografía

La elección de Red Hat Display responde a la necesidad de proyectar un estilo actual y accesible. Su diseño limpio, equilibrado y de gran legibilidad permite transmitir mensajes con fuerza y coherencia, aportando un tono moderno y profesional que conecta con la audiencia.

**RED HAT
DISPLAY**

Una tipografía moderna, clara y versátil que **refuerza** la identidad visual.

Tipografía institucional definida – Red Hat Display

Durante el proceso de diseño se desarrollaron distintas propuestas cromáticas y alternativas visuales que permitieron evaluar diversas posibilidades de identidad para la comunicación minera. Como resultado de este proceso de trabajo y de las definiciones institucionales adoptadas durante la ejecución de la



Proceso de exploración cromática desarrollado para la construcción de la identidad visual de la estrategia de comunicación minera.



visual propia para la comunicación de la Secretaría de Minería.

La Guía de Estilo Gráfico para Redes Sociales se incorpora como **Anexo 7.8** del presente informe.

2.3. Tarea 3. Producción de contenidos

A partir de los lineamientos definidos durante las etapas de diagnóstico y planificación, se desarrolló una producción de contenidos destinada a materializar la estrategia establecida en el Plan de Comunicación Minera y acompañar las distintas acciones impulsadas por la Secretaría de Minería durante el período contractual.

La producción comprendió diversos materiales gráficos, editoriales, audiovisuales y digitales, adaptados a diferentes públicos, soportes y contextos de comunicación. Se elaboraron presentaciones institucionales, materiales impresos, tutoriales, recursos para jornadas y capacitaciones, piezas destinadas a redes sociales, registros fotográficos, contenidos audiovisuales, animaciones y materiales para actividades de vinculación provincial, nacional e internacional.

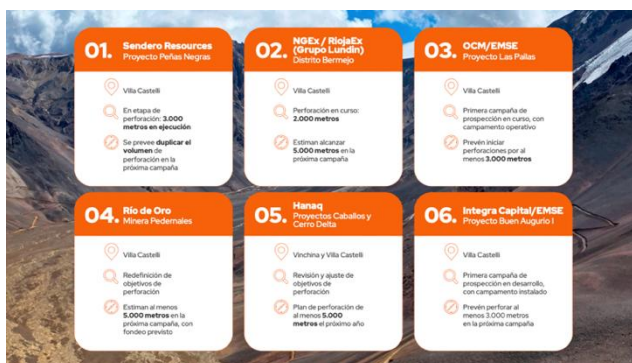
El trabajo se desarrolló articulando contenidos previamente planificados con requerimientos surgidos de la agenda institucional durante la ejecución de la consultoría. Esta modalidad permitió acompañar programas de formación, acciones territoriales, presentaciones del Plan Quinquenal, difusión de proyectos mineros, actividades de vinculación con empresas e instituciones, eventos oficiales y necesidades específicas de comunicación pública.

Cada pieza fue desarrollada considerando el objetivo de la acción, el público destinatario, el canal previsto y la información disponible, procurando mantener los criterios narrativos y visuales establecidos en el Plan de Comunicación Minera y en la Guía de Estilo Gráfico. De este modo, la producción no se limitó a resolver requerimientos puntuales, sino que contribuyó al desarrollo de un sistema comunicacional coherente, flexible y adaptable a las necesidades de la gestión.

Los principales tipos de contenidos producidos se desarrollan en los apartados siguientes. El registro completo de los materiales elaborados durante la consultoría se incorpora en el apartado correspondiente al monitoreo y evaluación y en los anexos del presente informe.

2.3.1. Presentaciones institucionales

Como parte de la implementación de la estrategia de comunicación, se diseñaron y desarrollaron diversas presentaciones institucionales destinadas a acompañar instancias de planificación, difusión, capacitación y exposición de los principales avances de la política minera provincial.



Diapositivas de Presentación realizada para documentar el Plan Quinquenal para el desarrollo minero 2026-2030 – Documento completo y presentación digital del Plan resumido para lanzamiento.

Estos materiales fueron concebidos como herramientas de comunicación estratégica para facilitar la socialización de información técnica, fortalecer los procesos de articulación institucional y brindar soporte visual a reuniones de trabajo, talleres, jornadas de validación, presentaciones públicas y espacios de intercambio con distintos actores vinculados al desarrollo minero.

Además de las presentaciones orientadas a la difusión institucional, se desarrollaron materiales específicos para facilitar instancias de trabajo participativo y validación técnica. Estos recursos fueron utilizados en talleres vinculados a la construcción del Plan Quinquenal para el Desarrollo Minero y de la Estrategia de Comunicación Minera, organizando las dinámicas de trabajo, sistematizando los contenidos y favoreciendo la participación de los distintos actores convocados. De esta manera, las presentaciones no solo cumplieron una función expositiva, sino que también constituyeron herramientas metodológicas para la construcción colectiva de los principales lineamientos estratégicos del proyecto.

En su desarrollo se priorizó una organización clara de la información mediante el uso de recursos gráficos, infografías, mapas, esquemas conceptuales e indicadores visuales, con el objetivo de facilitar la comprensión de contenidos técnicos y promover una comunicación más accesible para públicos con diferentes niveles de conocimiento sobre la actividad minera.

Las presentaciones abordaron temáticas vinculadas al Plan Quinquenal para el Desarrollo Minero, la Estrategia de Comunicación Minera, el relevamiento de actores, la construcción de lineamientos narrativos, la planificación estratégica y la difusión de información institucional, adaptando su contenido a los objetivos específicos de cada instancia de trabajo.

En conjunto, estos materiales contribuyeron a consolidar un sistema de comunicación institucional basado en criterios comunes de identidad visual, organización de contenidos y construcción narrativa, permitiendo que la Secretaría de Minería comunicara de manera consistente en ámbitos de planificación, capacitación, difusión institucional y promoción de la actividad minera.

2.3.2. Folletos y piezas gráficas para impresión

Como parte de la producción de contenidos prevista en la consultoría, se desarrolló un conjunto de materiales gráficos destinados a acompañar programas, acciones institucionales y actividades impulsadas por la Secretaría de Minería durante la ejecución del proyecto. Estas piezas tuvieron como finalidad facilitar la comunicación de iniciativas específicas, brindar información clara a distintos públicos y fortalecer la identidad visual de las acciones desarrolladas.

La producción incluyó materiales de diversa naturaleza, adaptados a los requerimientos de cada área y al objetivo comunicacional de cada acción. Entre ellos se elaboraron folletos institucionales, piezas informativas, carpas de mesa con códigos QR, banners promocionales y materiales gráficos de apoyo para programas de capacitación y difusión institucional. Estos recursos fueron concebidos para complementar las estrategias de comunicación definidas en el Plan de Comunicación Minera y contribuir a una comunicación más accesible, organizada y coherente.



Entre los principales desarrollos realizados se destacan los materiales elaborados para el Programa de Formación Minera, el Taller de Artesanías en Piedra, el Registro Provincial de Proveedores de Empresas Mineras y diversas acciones de promoción institucional, generándose piezas específicas que

facilitaron la difusión de convocatorias, la entrega de información al público y el acceso a contenidos mediante recursos digitales como códigos QR.

Es importante señalar que la consultoría no contempló la organización ni la ejecución de eventos o actividades institucionales. La producción de este material gráfico respondió a requerimientos específicos formulados por las áreas competentes de la Secretaría de Minería y otros organismos involucrados, proporcionando soporte comunicacional a iniciativas ya definidas dentro de la gestión pública.

2.3.3. Documentos de vocería institucional

Como complemento a las acciones de comunicación desarrolladas durante la consultoría, se elaboraron documentos de apoyo para voceros institucionales destinados a unificar mensajes, fortalecer la comunicación pública y brindar información estratégica para actividades, presentaciones y anuncios vinculados a la política minera provincial.

Estos materiales incluyeron mensajes clave, antecedentes, información técnica, preguntas frecuentes y datos de contexto para facilitar la participación de autoridades y referentes institucionales en distintas instancias de comunicación.

Los documentos elaborados se encuentran disponibles para su consulta en el [siguiente enlace](#).

2.3.4. Piezas para redes sociales

La producción de contenidos para redes sociales constituyó una de las principales líneas de trabajo desarrolladas durante la consultoría, convirtiéndose en el principal medio para implementar la estrategia de comunicación definida en el Plan de Comunicación Minera y fortalecer la presencia institucional de la Secretaría de Minería en sus canales oficiales.

A partir de los ejes narrativos y campañas definidos durante la etapa de planificación, se desarrolló una producción continua de piezas gráficas y contenidos digitales orientados a acercar la actividad minera a la ciudadanía mediante un lenguaje claro, accesible y visualmente atractivo. La estrategia contempló la generación de series de contenidos, campañas temáticas, carruseles informativos, piezas estáticas y otros formatos adaptados a las dinámicas propias de las redes sociales.



Los contenidos abordaron una amplia diversidad de temáticas vinculadas con la actividad minera, entre ellas el funcionamiento de la Secretaría de Minería, las distintas etapas de los proyectos mineros, la transición energética, los

minerales presentes en la provincia, la gestión ambiental, los mecanismos de control, el desarrollo de proveedores, los programas de formación, las oportunidades de empleo, la difusión de proyectos estratégicos y otras acciones impulsadas por el organismo. Esta diversidad permitió construir una agenda de comunicación equilibrada, combinando contenidos institucionales, educativos, informativos y de divulgación.

La producción también contempló contenidos específicos destinados a acompañar programas institucionales, efemérides, convocatorias, actividades territoriales y acciones de gestión que fueron incorporándose a la agenda durante la ejecución de la consultoría. En este sentido, la planificación inicial convivió con una dinámica de actualización permanente, permitiendo responder a nuevas necesidades comunicacionales sin perder coherencia con la estrategia definida en el Plan de Comunicación Minera.

Cabe señalar que el alcance de la consultoría comprendió la planificación estratégica, producción y entrega de los contenidos comunicacionales, mientras que la administración de los canales oficiales y la publicación de las piezas correspondió a los equipos institucionales responsables de la gestión de las redes sociales de la Secretaría de Minería. En consecuencia, la programación y publicación efectiva de los contenidos quedó sujeta a los criterios, prioridades y tiempos definidos por dichos equipos.

Las piezas gráficas desarrolladas (material impreso, presentaciones, redes sociales) se incorporan como **Anexo 7.9** del presente informe.

2.3.5. Producción audiovisual y coberturas fotográficas

La producción audiovisual y el registro fotográfico constituyeron una línea de trabajo fundamental para acompañar la estrategia de comunicación desarrollada durante la consultoría, incorporando recursos visuales que permitieran documentar las acciones institucionales, fortalecer la comunicación pública y contribuir a la generación de un archivo audiovisual de las principales actividades impulsadas por la Secretaría de Minería.

Durante la ejecución del proyecto se realizaron coberturas audiovisuales y fotográficas de reuniones institucionales, jornadas de capacitación, recorridos técnicos, actividades territoriales, visitas a proyectos mineros y otras acciones vinculadas con la gestión minera provincial. Este material sirvió de base para la producción de contenidos destinados a redes sociales, presentaciones institucionales, materiales de difusión y registros documentales de la gestión.

La producción audiovisual incluyó reels, videos institucionales, entrevistas, testimonios y piezas de divulgación desarrolladas para acompañar los distintos ejes definidos en el Plan de Comunicación Minera. Estos contenidos permitieron complementar la producción gráfica mediante formatos dinámicos y accesibles, favoreciendo una comunicación basada en imágenes, experiencias y relatos contruidos desde el territorio.



Videos institucionales, cobertura de actividades



1. Cobertura fotográfica – Reunión con empresa inversora



2. Cobertura fotográfica en territorio – Cantera Francis



3. Cobertura fotográfica evento – Feria del Libro 2026

Un aspecto particularmente significativo fue la incorporación progresiva de contenidos centrados en las personas, especialmente a través de entrevistas y testimonios de participantes de programas de capacitación, artesanos, trabajadores y otros actores vinculados con la actividad minera. Estas producciones comenzaron a desarrollar el enfoque propuesto para el eje **Minería que Inspira**, visibilizando el impacto social de la actividad minera mediante experiencias concretas de formación, empleo y desarrollo local.

De manera complementaria, las coberturas fotográficas contribuyeron a conformar un banco de imágenes institucional que documentó las distintas acciones desarrolladas durante la consultoría. Este registro no solo brindó

soporte a la producción de contenidos comunicacionales, sino que también contribuyó a consolidar un archivo documental de la actividad minera provincial, fortaleciendo la disponibilidad de recursos visuales para futuras acciones de comunicación institucional.

Las principales producciones audiovisuales y registros fotográficos se incorporan como **Anexo 7.9** del presente informe.

2.4. Tarea 4. Implementación y articulación para la difusión institucional

Como instancia final del proceso de producción, la consultoría contempló la preparación y organización de los materiales comunicacionales para su posterior difusión a través de los canales oficiales del Ministerio de Trabajo, Empleo, Industria y Minería y de la Secretaría de Minería. Esta etapa comprendió la adecuación de las piezas a los distintos formatos de publicación y la organización de los archivos para facilitar su utilización por parte de los equipos institucionales responsables de la comunicación.

Inicialmente se propuso la utilización de la plataforma Trello como herramienta de gestión colaborativa para el seguimiento de tareas, la organización de los contenidos y la coordinación del proceso de producción. No obstante, durante la ejecución del proyecto y de común acuerdo con la contraparte, la dinámica de trabajo fue adaptándose a las necesidades operativas del equipo, privilegiándose el uso de WhatsApp para la coordinación cotidiana y la resolución de consultas inmediatas, Google Drive para el intercambio y resguardo de archivos finales, y reuniones periódicas mediante Google Meet para el seguimiento de avances, la validación de contenidos y la planificación de nuevas necesidades comunicacionales.

Esta modalidad de trabajo permitió mantener un intercambio fluido entre la consultoría y los equipos técnicos de la Secretaría de Minería, favoreciendo la revisión de los materiales producidos y su preparación para la posterior difusión a través de los canales institucionales, cuya publicación quedó a cargo del Ministerio de Trabajo, Empleo, Industria y Minería y de la Secretaría de Minería, conforme al alcance previsto en el contrato.

2.5. Tarea 5. Monitoreo y evaluación

2.5.1. Registro de entregables producidos

Como parte del proceso de monitoreo y evaluación de la consultoría, se llevó adelante el registro sistemático de los productos desarrollados durante toda la ejecución del proyecto. Este registro permitió organizar y documentar los distintos materiales elaborados, facilitando su identificación, seguimiento y posterior consulta.

Los entregables fueron clasificados de acuerdo con su naturaleza y finalidad, incluyendo documentos estratégicos, herramientas metodológicas, presentaciones institucionales, piezas gráficas, contenidos para redes sociales, producciones audiovisuales y registros fotográficos. Esta sistematización permitió consolidar una visión integral del trabajo realizado y verificar el cumplimiento de los productos previstos en el plan de trabajo.

El detalle completo de los entregables producidos durante la consultoría se incorpora como **Anexo 7.10**. Registro de entregables, donde se consignan las distintas piezas desarrolladas y organizadas por categoría

2.5.2. Desarrollo del reporte final con resultados

Como instancia de cierre de la consultoría se elaboró el presente Informe Final, cuyo propósito es sistematizar el trabajo desarrollado durante el período de ejecución, documentar las metodologías implementadas, registrar los productos elaborados y evaluar los principales resultados alcanzados.

El informe integra los distintos componentes desarrollados a lo largo del proyecto —diagnóstico, planificación estratégica, producción de contenidos, herramientas metodológicas y recomendaciones— con el objetivo de dejar documentado el proceso de fortalecimiento de la comunicación institucional impulsado por la Secretaría de Minería.

Asimismo, reúne los principales documentos técnicos y una muestra representativa de las producciones realizadas, constituyéndose en un instrumento de consulta para futuras acciones de planificación, gestión y comunicación institucional.

De este modo, el presente Informe Final no constituye únicamente el cierre administrativo de la consultoría, sino también la sistematización de una metodología de trabajo, un conjunto de herramientas de gestión y una estrategia de comunicación institucional concebidas para dar continuidad al proceso de fortalecimiento comunicacional de la Secretaría de Minería.

3. CUMPLIMIENTO DEL PLAN DE TRABAJO

La ejecución de la consultoría se desarrolló conforme al plan de trabajo aprobado, cumpliéndose las tareas previstas en el contrato y alcanzándose los productos comprometidos para cada una de las etapas del proyecto.

Durante el desarrollo de la consultoría, la dinámica de trabajo requirió adecuaciones metodológicas derivadas de la evolución de la agenda institucional y de nuevas necesidades comunicacionales identificadas por la Secretaría de Minería. Estas adecuaciones respondieron a criterios operativos y no implicaron modificaciones en los objetivos, el alcance ni los productos comprometidos, sino una adaptación de las herramientas y metodologías de trabajo para responder de manera más eficiente a los requerimientos institucionales.

Asimismo, durante la ejecución del proyecto, el documento estratégico inicialmente previsto como Plan de Desarrollo Minero 2025–2026 evolucionó hacia el Plan Quinquenal de Desarrollo Minero 2026–2030, documento finalmente adoptado por la Secretaría de Minería como marco estratégico para el desarrollo del sector. Esta actualización no modificó el objeto contractual de la consultoría, sino que permitió adecuar los desarrollos comunicacionales al instrumento de planificación institucional vigente.

En función de lo expuesto, se verifica el cumplimiento de las tareas previstas en el plan de trabajo, conforme se detalla a continuación:

Tarea	Estado de cumplimiento	Observaciones
Tarea 1. Análisis situacional de actores, objetivos y contenidos comunicacionales	Cumplida	Se realizó el diagnóstico institucional, el relevamiento de actores y el análisis de la comunicación existente, generando los insumos necesarios para el diseño de la estrategia comunicacional.
Tarea 2. Plan de contenidos	Cumplida	Se elaboró el Plan de Comunicación Minera junto con las herramientas metodológicas necesarias para orientar la implementación de la estrategia institucional.
Tarea 3. Producción de contenidos	Cumplida	Se desarrolló la producción integral de contenidos gráficos, audiovisuales, editoriales e institucionales previstos en el marco de la consultoría.
Tarea 4. Implementación y articulación para la difusión institucional	Cumplida	Se prepararon y organizaron los contenidos para su posterior difusión a través de los canales institucionales, articulando el trabajo con los equipos responsables de la comunicación oficial.
Tarea 5. Monitoreo y evaluación	Cumplida	Se realizó el registro de los entregables producidos y la elaboración del presente Informe Final, que sistematiza el proceso, los productos desarrollados y los principales resultados alcanzados.

En consecuencia, se considera cumplido el objeto de la presente consultoría, habiéndose ejecutado la totalidad de las tareas previstas y elaborado los productos comprometidos en el contrato. La documentación metodológica, las herramientas desarrolladas y el registro de los entregables producidos se incorporan en los anexos del presente informe.

4. RESULTADOS ALCANZADOS

EVOLUCIÓN DEL PROYECTO

Del diagnóstico a un sistema de comunicación institucional

Cada etapa del proyecto se apoyó sobre los resultados de la anterior, permitiendo consolidar un sistema de comunicación institucional sostenible para el área de Minería.



La implementación de la presente consultoría permitió alcanzar resultados que trascienden la elaboración de piezas y documentos de comunicación. El trabajo desarrollado contribuyó al fortalecimiento de la capacidad institucional de la Secretaría de Minería para planificar, gestionar y sostener una estrategia de comunicación alineada con los objetivos de desarrollo del sector.

Los resultados obtenidos se expresan tanto en la incorporación de herramientas de gestión y planificación como en la consolidación de criterios comunicacionales y metodologías de trabajo que permanecen como capacidades instaladas para la institución.

4.1. Fortalecimiento de la planificación estratégica de la comunicación institucional

Uno de los principales resultados de la consultoría fue la incorporación de la comunicación institucional como un componente estratégico del proceso de planificación del desarrollo minero provincial. A partir del diagnóstico realizado y del diseño de una estrategia comunicacional integral, la comunicación dejó de abordarse como un conjunto de acciones aisladas para integrarse de manera planificada a los objetivos institucionales definidos por la Secretaría de Minería.

En este marco, la evolución del documento estratégico hacia el Plan Quinquenal de Desarrollo Minero 2026–2030 permitió articular las acciones comunicacionales con una visión de mediano y largo plazo, favoreciendo una mayor coherencia entre la planificación institucional, los mensajes, las prioridades de gestión y las acciones de difusión.

Asimismo, la elaboración de herramientas como el Plan de Comunicación Minera, la guía de mensajes clave, la guía de estilo, el calendario editorial y los instrumentos de análisis de públicos y medios proporcionó una base metodológica para orientar la toma de decisiones y organizar la comunicación institucional de manera sistemática.

4.2. Consolidación de un sistema integral de comunicación institucional

La consultoría permitió consolidar un sistema integral de comunicación institucional, conformado por lineamientos estratégicos, criterios editoriales, identidad visual, herramientas metodológicas y una producción sostenida de contenidos para distintos soportes y públicos.

Este enfoque posibilitó desarrollar una comunicación más consistente, articulando documentos institucionales, presentaciones, materiales gráficos, contenidos para redes sociales, producciones audiovisuales y registros fotográficos bajo una misma lógica comunicacional. De este modo, los distintos productos elaborados dejaron de constituir acciones independientes para integrarse en una estrategia orientada a fortalecer la comunicación pública de la actividad minera.

Como resultado, se amplió la agenda temática institucional mediante contenidos de carácter informativo, educativo e institucional, incorporando nuevos ejes narrativos vinculados con el desarrollo productivo, la formación, la innovación, el ambiente, la participación comunitaria y el rol de la minería en el desarrollo provincial. Esta diversificación permitió abordar la comunicación desde una perspectiva más amplia y accesible, favoreciendo una mayor claridad y coherencia en la difusión de las acciones impulsadas por la Secretaría de Minería.

4.3. Generación de capacidades institucionales para la continuidad de la estrategia

La consultoría dejó instaladas herramientas, metodologías y recursos que permiten dar continuidad al proceso de fortalecimiento de la comunicación institucional más allá del período de ejecución del proyecto.

Entre estas capacidades se encuentran los instrumentos de planificación y gestión desarrollados, los criterios editoriales y comunicacionales definidos, el banco de contenidos gráficos y audiovisuales generado durante la consultoría y la documentación metodológica que integra el presente informe. En conjunto, estos recursos constituyen una base de trabajo que facilita la planificación de futuras acciones de comunicación y aporta mayor previsibilidad, coherencia y continuidad a la gestión institucional.

En este sentido, uno de los principales aportes de la consultoría fue la construcción de un modelo de trabajo que articula diagnóstico, planificación, producción e implementación de contenidos dentro de un mismo sistema de comunicación institucional. Esta metodología brinda a la Secretaría de Minería herramientas concretas para sostener y profundizar la estrategia comunicacional iniciada, adaptándola a los desafíos y necesidades que surjan en las próximas etapas del desarrollo minero provincial.

En resumen, el principal resultado de la consultoría fue contribuir al pasaje desde una comunicación basada en acciones puntuales hacia un modelo de

comunicación institucional planificado, sistemático y alineado con los objetivos estratégicos del desarrollo minero provincial.

5. RECOMENDACIONES

La presente consultoría permitió establecer una estrategia de comunicación institucional, desarrollar herramientas metodológicas, producir contenidos y generar capacidades para fortalecer la comunicación pública de la actividad minera en la provincia. Con el propósito de consolidar los avances alcanzados y favorecer la continuidad del proceso iniciado, se presentan las siguientes recomendaciones para futuras etapas de implementación.

5.1. Consolidar la planificación comunicacional como herramienta permanente de gestión

Se recomienda dar continuidad a la planificación estratégica de la comunicación institucional, utilizando las herramientas desarrolladas durante la consultoría como instrumentos permanentes de gestión. La actualización periódica del calendario editorial, la revisión de los mensajes institucionales y la planificación anticipada de campañas contribuirán a sostener una comunicación coherente, organizada y alineada con las prioridades de la Secretaría de Minería.

Asimismo, resulta conveniente revisar periódicamente el Plan de Comunicación Minera, incorporando nuevos objetivos, temáticas y acciones en función de la evolución del sector y de las necesidades institucionales.

5.2. Profundizar las campañas de comunicación de largo plazo

Se recomienda fortalecer la continuidad de los ejes narrativos definidos en el Plan de Comunicación Minera, priorizando campañas sostenidas que permitan consolidar una narrativa institucional de mediano y largo plazo.

En particular, se considera oportuno profundizar el eje "**Minería que Inspira**", ampliando la producción de contenidos centrados en historias de personas, experiencias de formación, trabajadores, estudiantes, investigadores, proveedores locales y demás actores vinculados con el desarrollo de la actividad minera. Este tipo de contenidos contribuye a acercar la comunicación institucional a la ciudadanía mediante relatos concretos que complementan la

información técnica y fortalecen una visión más amplia del aporte de la minería al desarrollo provincial.

5.3. Fortalecer la articulación institucional para la comunicación de información estratégica

Se recomienda continuar fortaleciendo los mecanismos de articulación entre las distintas áreas de la Secretaría de Minería con el fin de facilitar el acceso oportuno a información técnica, avances de gestión, proyectos, normativa y demás contenidos de interés institucional.

Una mayor coordinación entre las áreas permitirá ampliar y sostener especialmente el eje "**Minería Transparente**", favoreciendo la producción de contenidos basados en información pública, verificable y actualizada. Esto contribuirá a consolidar una comunicación institucional más consistente y a fortalecer la disponibilidad de información estratégica para la ciudadanía.

5.4. Institucionalizar la función de comunicación

La consolidación de una estrategia de comunicación institucional requiere no solo herramientas metodológicas y criterios de planificación, sino también una capacidad organizacional que permita sostener su implementación en el tiempo.

En este sentido, se recomienda avanzar progresivamente en la institucionalización de la función de comunicación dentro de la Secretaría de Minería, promoviendo mecanismos que garanticen la continuidad de la planificación, la producción y la gestión de los contenidos institucionales.

Para ello, podrán evaluarse distintas modalidades de organización y gestión, de acuerdo con las posibilidades y necesidades de la institución, que permitan preservar la identidad comunicacional, los lineamientos estratégicos y la calidad de los contenidos desarrollados. Fortalecer esta capacidad institucional contribuirá a consolidar los avances alcanzados durante la consultoría y a evitar que los criterios metodológicos y comunicacionales definidos dependan exclusivamente de intervenciones puntuales o de la disponibilidad circunstancial de recursos.

5.5. Incorporar instancias periódicas de seguimiento y evaluación

Finalmente, se recomienda implementar instancias periódicas de seguimiento de la estrategia de comunicación con el propósito de evaluar la evolución de las acciones desarrolladas, identificar oportunidades de mejora y realizar los ajustes necesarios en función de las prioridades institucionales.

El monitoreo sistemático de la planificación editorial, la producción de contenidos y la implementación de las acciones comunicacionales permitirá retroalimentar la estrategia, favorecer su actualización continua y consolidar un proceso de mejora permanente de la comunicación institucional.

6. CONCLUSIONES

La presente consultoría permitió fortalecer la comunicación institucional de la Secretaría de Minería mediante un proceso que integró diagnóstico, planificación estratégica, desarrollo metodológico y producción de contenidos. El trabajo realizado contribuyó a consolidar una visión de la comunicación como una herramienta de gestión, incorporándola de manera transversal al proceso de desarrollo de la política minera provincial.

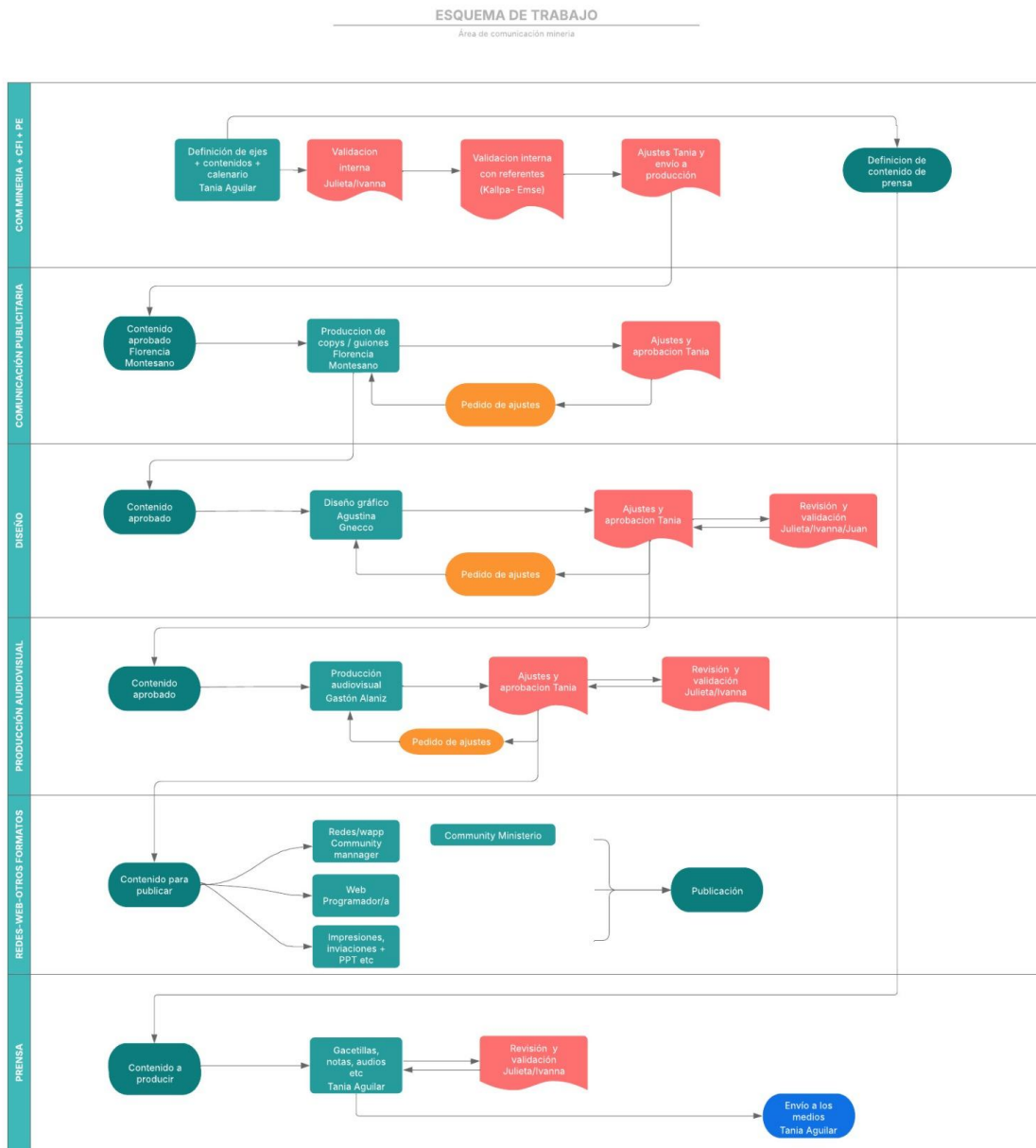
Más allá de los productos elaborados durante la ejecución del proyecto, uno de los principales aportes de la consultoría consistió en dejar instaladas herramientas, criterios y metodologías que permiten dar continuidad al proceso de fortalecimiento institucional. El Plan de Comunicación Minera, las guías desarrolladas, los instrumentos de planificación y los lineamientos comunicacionales constituyen una base de trabajo que facilita la gestión futura de la comunicación institucional y favorece una mayor coherencia en la difusión de las acciones del organismo.

Asimismo, la estrategia implementada promovió una comunicación más organizada, accesible y alineada con los objetivos del Plan Quinquenal de Desarrollo Minero 2026–2030, incorporando nuevos enfoques narrativos orientados a fortalecer la comunicación pública de la actividad minera y ampliar las herramientas disponibles para el diálogo con la ciudadanía.

En este sentido, la consultoría no solo cumplió con los objetivos y productos establecidos en el contrato, sino que contribuyó a sentar las bases de un modelo de comunicación institucional planificado, sistemático y adaptable a las necesidades futuras de la Secretaría de Minería. La continuidad de este proceso permitirá capitalizar las capacidades desarrolladas y profundizar una estrategia comunicacional contribuyendo a consolidar una comunicación pública más estratégica, transparente y cercana a la ciudadanía.

7. ANEXOS

7.1. Flujograma del área de Comunicación



Canales de comunicación interna en etapas de producción

- El envío de contenidos para producción será a través de la herramienta trello con soporte de grupo de wapp interno.

Canales de comunicación para validación con autoridades/referentes

- El envío de contenidos para validación será a través de grupo de wapp o por mp con referente.

Canales de comunicación

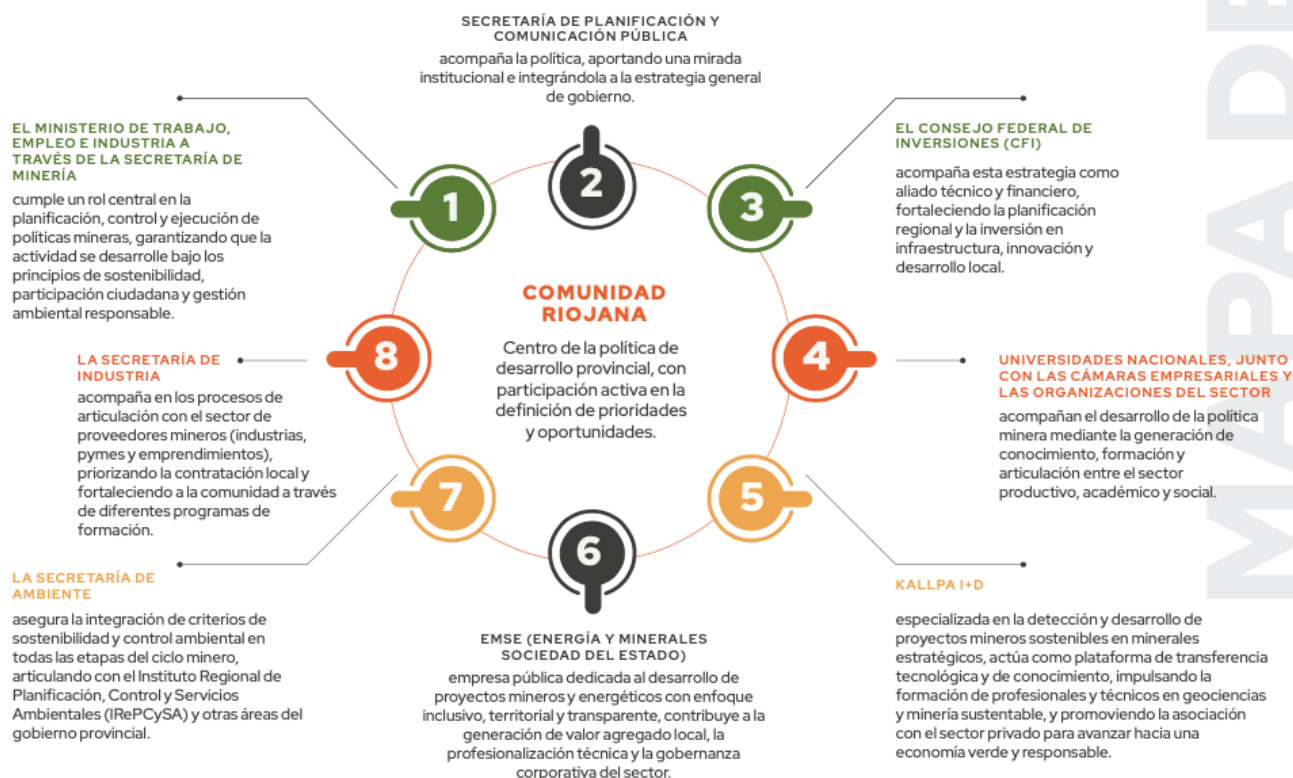
- El envío de contenidos para publicación en redes a través de trello.
- Envío de contenidos para medios a través de correo institucional con soporte de Wapp.

7.2. [Benchmarking de comunicación institucional \(link\)](#)

7.3. Mapa de Públicos

Público	Tipo de relación	Objetivos	Resultados esperados	Expectativas
Ministerio de Trabajo, Empleo, Industria y Minería / Secretaría de Minería / Secretaría de Industria	Coordinación estratégica, planificación, control y gestión de políticas públicas.	Consolidar el liderazgo institucional y garantizar la implementación del Plan bajo criterios de sostenibilidad, participación y transparencia.	Gobernanza sólida, coherencia interinstitucional, cumplimiento de metas.	Fortalecimiento institucional, legitimidad social y continuidad de políticas.
Secretaría de Ambiente / IRePCySA	Articulación técnica y regulatoria, fiscalización ambiental.	Integrar criterios de sostenibilidad y control ambiental en todo el ciclo minero.	Procesos controlados, trazabilidad ambiental y social.	Confianza pública, credibilidad técnica y cumplimiento normativo.
Empresas del Estado (EMSE y Kallpa I+D)	Ejecución técnica, innovación y cooperación público–privada.	Desarrollar proyectos mineros y energéticos con valor agregado local y enfoque sostenible.	Inversión productiva, profesionalización técnica, transferencia tecnológica.	Posicionamiento como referentes de minería moderna, transparente y con identidad provincial.
Cámaras empresariales y sector privado proveedor (industria, PyMEs, emprendimientos)	Vinculación productiva, asociatividad y desarrollo de cadenas de valor.	Promover la contratación local y la articulación público–privada para dinamizar la economía minera.	Crecimiento del entramado productivo local, generación de empleo formal.	Previsibilidad, reglas claras, incentivos y fortalecimiento territorial.
Universidades nacionales y centros de conocimiento	Cooperación académica y científica, formación y transferencia de saberes.	Aportar evidencia técnica y científica al desarrollo minero sostenible y a la formación de talento local.	Formación de profesionales especializados, investigación aplicada.	Continuidad de convenios, innovación y protagonismo académico.
Consejo Federal de Inversiones (CFI)	Asistencia técnica y financiera.	Acompañar la planificación regional y la	Financiamiento efectivo, fortalecimiento	Confianza institucional y resultados

		inversión en infraestructura , innovación y desarrollo local.	institucional, proyectos en ejecución.	medibles del apoyo técnico.
Cámaras y organizaciones del sector minero nacional	Coordinación y cooperación interjurisdiccional.	Integrar la minería riojana a la agenda nacional de desarrollo productivo.	Mayor visibilidad, integración federal, articulación de políticas.	Consolidación del posicionamiento o provincial dentro del sistema minero argentino.
Comunidades locales y sociedad civil	Participación ciudadana, diálogo territorial y transparencia pública.	Garantizar la legitimidad social del desarrollo minero y fortalecer la licencia social para operar.	Espacios de diálogo sostenidos, información clara y accesible, participación real.	Confianza, beneficios compartidos y respeto por el ambiente y la cultura local.



7.4. Matriz de Medios

Medio	Eje Prioritario	Perfil Editorial / Audiencia	Tipo de Contenido	Narrativa	Acción Sugerida
Ámbito Financiero + Suplemento Minería	Eje 1: Minería en Movimiento	Economía y sectores productivos	Avances del Plan Minero, anuncios oficiales	La minería impulsa desarrollo productivo y empleo provincial	Nota institucional + propuesta de entrevista
Econojourna l	Eje 1 + Eje 2	Regulaciones, inversiones, energía	Actualizaciones normativas, indicadores económicos	Reglas claras para atraer inversión y garantizar transparencia	Envío de informes técnicos
Más Energía	Eje 1 + Eje 4	Minero-energético	Proyectos energéticos, transición y eficiencia	Innovación energética para una minería moderna y responsable	Agenda temática + vocería técnica
Futuro Sustentable	Eje 2: Minería Transparente	ESG, ambiente, participación social	Monitoreo participativo, audiencias públicas	Transparencia y control social como base de legitimidad	Caso concreto de gestión ambiental + entrevista
Panorama Minero	Eje 1: Minería en Movimiento	Agenda sectorial, eventos	Presentación de avances del plan	Articulación público-privada para desarrollo federal	Participación en paneles y conferencias
Fuerza Minera (San Juan)	Eje 3: Minería que Inspira	Desarrollo y empleo regional	Testimonios y movilidad social	La minería genera oportunidades reales para las familias	Envío de historias locales
Extremo Minero (Santa Cruz)	Eje 3: Minería que Inspira	Territorial y laboral	Relatos de trabajadores y proveedores regionales	La minería como arraigo y proyecto de vida	Entrevistas en territorio
CAEM (Portal + Newsletter)	Eje 2 + Eje 3	Institucional federal	Documentos técnicos y estándares	Minería alineada a marcos regulatorios nacionales e internacionales	Envío mensual de contenidos + coordinación federal
Salta Mining	Eje 1 + Eje 3	Desarrollo regional	Informes territoriales y oportunidades económicas	La minería como motor para economías provinciales	Reportes + vocerías locales
Club Minero	Eje 3 + Eje 4	Comunidad y divulgación	Entrevistas, cápsulas educativas	La minería se entiende mejor	Ciclo de diálogos

				cuando se cuenta desde las personas	audiovisuales
Diario Río Negro	Eje 3: Minería que Inspira	Economía provincial y encadenamientos	Historias de proveedores y empleo regional	La minería fortalece cadenas productivas locales	Notas localeadas + cifras de impacto
Rioja Virtual	Eje 1 + Eje 3	Digital provincial	Avances del plan + historias locales	La minería genera oportunidades en nuestra provincia	Gacetillas + vocería local
Nueva Rioja	Eje 1 + Eje 2	Diario institucional	Normativas y anuncios oficiales	Transparencia y planificación sostenible	Notas institucionales + entrevistas
El Independiente	Eje 3: Minería que Inspira	Enfoque comunitario	Testimonios, proveedores y familias	La minería fortalece comunidad y arraigo	Perfiles de trabajadores + recorridos locales
Canal 9 La Rioja	Eje 3 + Eje 4	TV abierta, audiencia general	Entrevistas pedagógicas y explicativas	Te explicamos la minería de forma cercana	Coordinación de columna educativa
Radio La Torre	Eje 3: Minería que Inspira	Audiencia barrial y comunitaria	Vocerías y experiencias locales	La minería cambia vidas aquí	Entrevistas radiales locales

7.5. [Plan de Comunicación Minera \(link\)](#)

7.6. Guía de mensajes clave y enfoque comunicacional

Principios básicos de comunicación minera

- La comunicación no es difusión: se construye con escucha activa, participación y respeto cultural.
- Sin comunicación no hay licencia social para operar.
- Comunicar no es defender, sino vincularse y construir confianza.
- Cada comunidad es distinta: es necesario adaptar el mensaje al territorio.

Enfoque estratégico general

- Evitar el discurso técnico cerrado: no se parte del “qué hacemos”, sino del “por qué lo hacemos y para quién”.
- Hablar desde los valores: desarrollo sostenible, empleo digno, economía regional, respeto ambiental, comunidad.
- Priorizar la transparencia proactiva: no esperar a que pregunten para explicar. Anticiparse con información clara y cercana.
- Empatía como norma: reconocer preocupaciones sociales legítimas, no desacreditarlas. Escuchar y responder con datos y humanidad.

Errores comunes a evitar

- Uso de lenguaje técnico e inaccesible sin mediación.
- Falta de planificación comunicacional: comunicar solo en momentos de crisis.
- Reacción frente a crisis en lugar de anticipación.
- Desconexión con referentes locales (municipios, comunidades, iglesias, ONGs).
- Centralizar decisiones sin consulta territorial.
- Hablar "por la comunidad" sin incluirla.

Qué decir y qué no decir

La elección de palabras en la comunicación minera no es un detalle menor: puede construir o erosionar la confianza. Es clave usar un lenguaje claro, honesto y respetuoso, que informe sin minimizar, y que explique sin imponer. Esta guía práctica busca orientar a voceros y equipos en la construcción de mensajes públicos:

Qué decir:

- “**Actividad** minera sostenible”
- “Generamos empleo formal y desarrollo local”
- “Cumplimos con normativas ambientales provinciales y nacionales”
- “Trabajamos con tecnologías que reducen impacto”
- “Estamos en diálogo con comunidades”
- “Hacemos monitoreos abiertos y públicos”
- “Se trata de una política pública **desarrollo** productiva”

Qué evitar:

- “Minería verde”
- “La gente se beneficia”
- “No contaminamos”
- “No hay impacto”
- “Ya informamos todo lo necesario”
- “Los técnicos ya lo revisaron”
- “Lo decidió el Gobierno”

- Palabras como: explotación.

Mensajes clave por eje temático

A. Ambiente

- “La minería en La Rioja se desarrolla cumpliendo normas ambientales vigentes y con monitoreo independiente.”
- “Cada proyecto debe pasar por evaluaciones ambientales previas y tiene obligaciones de remediación.”

B. Comunidad y desarrollo local

- “Nuestro compromiso es que la riqueza minera quede en La Rioja: empleo, compras locales y obras.”
- “Los proyectos incluyen espacios de consulta y participación ciudadana.”
- “La minería sostenible incluye pensar en el después: capacitación, diversificación económica, infraestructura.”

C. Economía y trabajo

- “La minería representa oportunidades reales de trabajo formal, con salarios competitivos y derechos garantizados.”
- “Impulsa cadenas de valor regionales: proveedores, transporte, servicios, comercio.”
- “Aporta recursos fiscales que se transforman en educación, salud e infraestructura.”

D. Transparencia y control

- “Cualquier proyecto minero está sujeto a control estatal y social.”
- “Publicamos los datos de los monitoreos y vamos a abrir canales para el seguimiento ciudadano.”
- “Implementamos controles exhaustivos frente a incumplimientos ambientales”.

Tono recomendado:

- Conversacional, claro y proactivo.
- Alejado del tecnicismo y del tono institucional frío.
- Cercano, humano y respetuoso.

Terminología básica a incorporar:

Término correcto	Reemplaza a
Minería sustentable	Minería “limpia”
Evaluación de impacto ambiental	Estudio técnico
Licencia social	Aceptación popular
Rehabilitación ambiental	“Después se arregla”
Participación ciudadana	Información unidireccional
Monitoreo participativo	Auditorías internas
Desarrollo del proyecto minero	Explotación
Empleo formal y capacitado	Mano de obra no calificada

¿Qué puede ir haciendo el equipo de comunicación? (más allá de las actividades de Agenda)

- Revisar todo contenido técnico antes de difundirlo: ¿es claro para cualquier ciudadano?
- Incorporar la pregunta: “¿A quién podría afectar esto? ¿Lo estamos incluyendo?”
- Generar una base de datos de actores y medios por territorio.
- Generar una base de datos de medios sectoriales nacionales.
- Identificar líderes de opinión locales y sectoriales.
- Identificar voces de expertos.
- Monitorear estrategias de comunicación y presencia digital de otras instituciones similares a nivel país.
- Monitorear noticias relevantes del sector y analizar datos. Mantener actualizados a los voceros.
- Preparar kits básicos de información pública: “La minería en La Rioja en 5 preguntas”, “Derechos y garantías ambientales”, “Derribando mitos”.
- Identificar fechas clave del sector (efemérides, días mundiales, aniversarios) y eventos donde se debería participar institucionalmente.

Aclaración final: Este documento es una hoja de ruta para consolidar una minería legítima, respetada y sostenida por la comunidad. Es un primer paso, y debe entenderse como una herramienta viva y colaborativa.

7.7. [Calendario editorial \(link\)](#)

7.8. [Guía de estilo \(link\)](#)

7.9. Producciones gráficas, audiovisuales y fotográficas

Desde los siguientes links se puede acceder a todos los directorios catalogados con las respectivas piezas realizadas:

Material desarrollado – Informe 1:

<https://drive.google.com/drive/folders/1fkJtnNQognoxz3trOJQzjkuAz0Jxslo8?usp=sharing>

Material desarrollado – Informe 2:

https://drive.google.com/drive/folders/1HYaJ7EyrxWIRbKn_NVs1RsscJdLAIrkt?usp=sharing

Material desarrollado – Informe 3:

https://drive.google.com/drive/folders/19wjQ8Mhe2_ZcMNf6cEyCGw-VDn0PljjK?usp=sharing

Material desarrollado – Informe 4 (final)

GRÁFICA:

<https://drive.google.com/drive/folders/10fUFNAU1R8e00XWylbTitmDPqcfeuquo?usp=sharing>

FOTOGRAFÍA/AUDIOVISUAL:

<https://drive.google.com/drive/folders/1q01TQt6-GuuB0as1JCecbgQRNJbxzeZz?usp=sharing>

7.10. Registro de entregables

Categoría	Productos desarrollados	Cantidad aproximada
Presentaciones institucionales	Presentaciones para el Plan de Desarrollo Minero, Plan Quinquenal, Plan de Comunicación Minera, talleres participativos, Registro Provincial de Proveedores, misión comercial a Canadá (ES/EN), reuniones institucionales y jornadas técnicas.	9
Material editorial e impreso	Instructivos, folletería institucional, material para el Registro Provincial de Proveedores, carpetas institucionales, banners, piezas para eventos, tarjetas personales, cartelería con QR y material de apoyo para capacitaciones.	9
Piezas para redes sociales	Carruseles informativos, placas, campañas institucionales, efemérides, difusión de capacitaciones, comunicación del Plan Quinquenal, proyectos mineros, minería y comunidad, educación minera, proveedores, seguridad, ambiente, empleabilidad y divulgación técnica.	Más de 60 piezas
Coberturas fotográficas	Registro fotográfico de reuniones institucionales, capacitaciones, congresos, eventos, visitas técnicas, jornadas de formación, reuniones con empresas, actividades territoriales y producción de retratos institucionales.	34 coberturas
Producción audiovisual, animaciones y spots	Cobertura audiovisual de programas de formación, congresos, eventos institucionales, proyectos mineros, recorridos territoriales, visitas educativas y contenidos documentales para redes y presentaciones institucionales. Videos animados, spots institucionales, piezas para comunicación interna, presentaciones internacionales, contenidos para web, adaptaciones bilingües (español-inglés) y producciones audiovisuales de difusión.	46 producciones

Nota: Además de los productos detallados, durante la ejecución de la consultoría se desarrollaron versiones alternativas, adaptaciones para distintos formatos y propuestas conceptuales que acompañaron los procesos de validación institucional y ajuste de contenidos. El presente registro reúne los principales entregables producidos en el marco del contrato.

7.11. Detalle de entregables

El presente anexo reúne los principales productos elaborados durante la ejecución de la consultoría, organizados por tipología de entregable. Su objetivo es documentar el alcance de la producción desarrollada en el marco del Plan de Trabajos y facilitar la trazabilidad entre las actividades ejecutadas y los productos obtenidos.

Presentaciones institucionales

<i>N°</i>	<i>Detalle</i>
1	Presentación – Plan de Desarrollo Minero
2	Presentación – Resumen Plan de Desarrollo Minero
3	Presentación – Plan Quinquenal para el Desarrollo Minero
4	Presentación – Resumen Plan Quinquenal
5	Presentación – Taller Plan Quinquenal
6	Presentación – Plan de Comunicación Minera
7	Presentación – Taller de Comunicación Horizonte Minero
8	Presentación – Registro Provincial de Proveedores
9	Presentación – Canadá (ES/EN)

Material editorial e impreso

<i>N°</i>	<i>Detalle</i>
1	Instructivo Registro Provincial de Proveedores (PDF)
2	Tutorial para redes – inscripción al Registro
3	Piezas A4 y carpas de mesa con QR
4	Portada reporte Jornadas Participativas
5	Folleto Taller de Artesanías en Piedra
6	Propuesta Plan Anual de Capacitación
7	Tarjetas institucionales Canadá
8	Banner Ciclo de Formación Minera
9	Carpeta lanzamiento Plan Quinquenal

Piezas para redes sociales

<i>N°</i>	<i>Detalle</i>
1	Carrusel Información sobre Registro Proveedores mineros (objetivos, funciones, requisitos)
2	Gráfica Efeméride día de los y las trabajadores mineros
3	Gráfica Capacitación Villa Unión – Introducción a la gestión ambiental
4	Gráfica Capacitación Villa Castelli – Introducción a la gestión de la calidad en el sector minero
5	Gráfica Capacitación Vinchina – Introducción a la gestión de la calidad en el sector minero
6	Gráfica Capacitación Vinchina – Operador de máquinas pesadas
7	Carrusel capacitaciones octubre
8	Carrusel capacitación Manejo defensivo de 4x4
9	Carrusel curso Introducción a los sensores remotos aplicados a la minería
10	Carrusel informativo sobre el Programa de Formación “Minería y Comunidad”

11	Carrusel entrega de certificados Programa de Formación “Minería y Comunidad”
12	Carrusel firma de convenio UTN-FRLR
13	Gráfica de whatsapp invitación a jornadas “Hacia un horizonte minero sostenible”
14	Carrusel cobertura de la capacitación en manejo defensivo de 4x4
15	Carrusel resumen de gestión 2025
16	Carrusel reunión estratégica con empresa Senderos
17	Carrusel etapas de la minería
18	Carrusel EMSE
19	Carrusel Policía Minera
20	Carrusel Secretaría de Ambiente
21	Carrusel Minería en tu casa
22	Gráfica Minería y vida cotidiana (se desarrollaron varias propuestas pero no prosperaron)
23	Gráfica La minería te rodea (2 propuestas que no se publicaron)
24	Carrusel “Qué tareas se realizan en la minería”
25	Carrusel “Sabías que hay distintos tipos de minería?”
26	Gráfica Inscripción a Taller de Artesanías en Piedra
27	Gráfica “Cuáles son los minerales metalíferos”
28	Gráfica de whatsapp invitación a “1º encuentro del programa de vocerías institucionales”
29	Carrusel Proyecto vigente “Las Pailas”
30	Carrusel Proyecto vigente “Peñas Negras”
31	Carrusel 6 Proyectos activos
32	Gráfica Hectáreas en prospección
33	Gráfica invitación a presentación del Plan Quinquenal Minero 2026-2030
34	Gráficas y guión para reel por el día de la minería
35	Gráfica “Renová tu inscripción”
36	Gráfica “Escaneá QR y conocé el Plan Quinquenal Minero”
37	Carrusel informativo sobre el Plan Quinquenal Minero
38	Carrusel etapas de la minería (bis)
39	Gráfica informativa “Etapa de prospección” + hectáreas
40	Video corto animado con los proyectos en etapa de prospección vigentes
41	Gráfica informativa “Etapa de exploración”
42	Video corto animado con los proyectos en etapa de exploración vigentes
43	Carrusel informativo proyecto Pampa Exploración S.A.
44	Carrusel “La actividad minera se concentra en la cordillera riojana”
45	Video corto animado “Por qué llegan empresas mineras a La Rioja”
46	Gráfica “La minería ya genera empleo en La Rioja”
47	Gráfica “El contexto empieza a cambiar”
48	Carrusel resumen Programa “Minería y Comunidad” (bis)
49	Carrusel “Por qué una persona que trabaja en minería aprende primeros auxilios”
50	Carrusel “Qué hace un topógrafo en minería”
51	Carrusel “Para qué sirven las imágenes satelitales”
52	Carrusel “Por qué la minería también estudia el agua”
53	Carrusel “Qué significa preparar una muestra mineral”
54	Carrusel “Por qué la seguridad ocupa un lugar tan importante en minería”
55	Carrusel “Qué es la gestión ambiental en minería”
56	Carrusel “Qué hace un proveedor minero”
57	Carrusel “Por qué una empresa minera habla de calidad”
58	Carrusel “Por qué la seguridad ocupa un lugar tan importante en minería”
59	Carrusel “Por qué aprender manejo defensivo 4x4”
60	Carrusel “Sabías qué...perfiles en minería”

Coberturas fotográficas

N°	Detalle
1	Firma de convenio UTN
2	Congreso de minería
3	Taller 4x4 Quebrada del Yeso
4	Capacitaciones: Vinchina - Villa Castelli - Villa Unión
5	Taller en jardín de infantes
6	Congreso de minería Naindo
7	Capacitación en Villa Unión
8	Cobertura de reunión Fogaplar
9	Entrega de certificados en Vinchina y Villa Unión
10	Capacitación en Villa Unión
11	Encuentro quinquenal Polo Tecnológico
12	Reunión interna con empresa
13	Reunión de empresa Pampa y Cámaras
14	Taller de máquinas pesadas
15	Cobertura polo tecnológico
16	Reunión Federico Bazan y Florencia Lopez
17	Reunión Federico Bazan y empresas
18	Encuentro polotecnológico y CFI
19	Capacitación Legislatura
20	Foto de perfil Ivanna Guardia (Secretaria de minería)
21	Reuniones en Guandacol
22	Reunión empresa china en el polo tecnológico
23	Capacitación periodistas
24	Cobertura Cantera Francis
25	Cobertura formación política
26	Foto de perfil Florencia Butel (Directora de minería)
27	Cobertura Feria del libro
28	Cobertura de 2 días en Chepes con empresa China
29	Cobertura día de la minería Paseo Cultural
30	Cobertura centro de formación B° Antartida
31	Cobertura Universidad Barceló
32	Cobertura Los colorados Patquia
33	Reunión Teresita Madera con empresarios
34	Visita de estudiantes a la secretaria de minería

Material audiovisual

N°	Detalle
1	Programa de Formación Villa Unión
2	Primer Congreso de minería
3	Primer registro de proveedores mineros
4	Reunión con UTN
5	Taller a jardín de infantes

6	Programa de formación minera Villa Unión
7	Programa de formación minera Vinchina
8	Congreso argentino de geología
9	Taller 4x4
10	Taller de maquinaria pesada
11	Contenido para el polo tecnológico
12	Chepes empresa china
13	Directora de minería Florencia Butel
14	Día de la minería
15	Spot día de la minería presentación
16	Presentación del Plan quinquenal
17	Contenido Agustina directora en Minas
18	Contenido Cantera de Yeso
19	Estudiantes conocen la planta de EMPSE
20	Colaborador de minería
21	Contenido de estudiantes en el polo tecnológico
22	Visita alumnos de escuela rural
23	Los Colorados Patquia
24	Proyecto Vicuña
25	Proyecto Minas Argentinas
26	Capacitación a legisladores y periodistas
27	Contenido visita Cantera Francis
28	Reunión Florencia Lopez
29	Feria del libro
30	Contenido Ngex
31	Inscripción a proveedores mineros. (Este contenido se adaptó a formato horizontal para web)
32	Loop Proveedores mineros
33	Spot para presentar en un viaje a China (Este contenido se adaptó con subtítulos en inglés)
34	Comunicación interna Evento Naindo
35	Encuentro Quinquenal
36	Reunión con empresa china polo tecnológico
37	Cobertura Vinchina
38	Drone Vinchina
39	Feria del libro
40	Contenido Ngex
41	Feria del libro colaboradora
42	Federico Bazán discurso CFI
43	Contenido educativo
44	Spot minería La Rioja presentación para Canadá (Este contenido se adaptó con subtítulos en inglés y español, fue uno de los más complejos a nivel de edición)
45	Spot reunión en Canadá
46	Federico Bazán reunión