

CREDENCIALES | 2026

Comunicación *real* que deja huella

Warten.
PR AGENCY

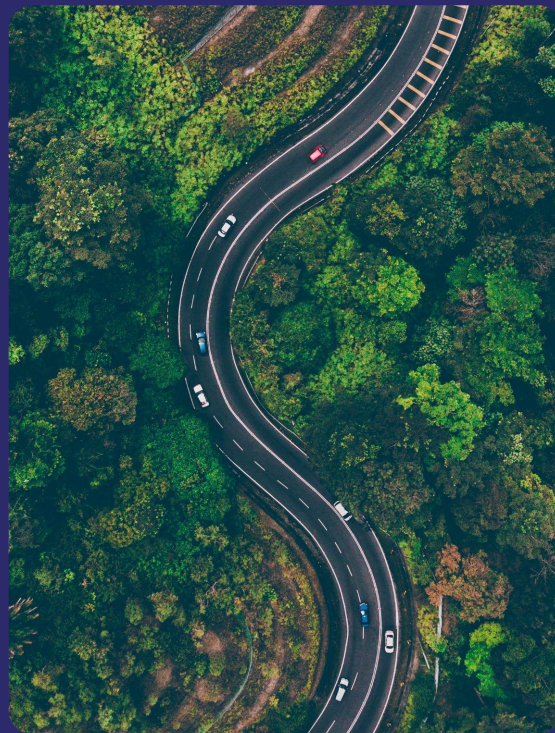
SOBRE WARTEN PR

Para nosotros, comunicar
no es solo una profesión.
Es nuestra vocación.

Somos una agencia de Prensa y Relaciones Públicas especializada en impulsar **historias con impacto**, crear **vínculos de valor** y consolidar la **influencia** de las empresas y personas que representamos.

+30 años convirtiendo ideas en narrativas con propósito.

Un largo camino respaldado por una extensa **red de contactos** estratégicos y un historial de **resultados reales** que avalan nuestra sólida experiencia en comunicación.



El *equipo* de Warten PR





Liliana
Wartenberger

CEO & FOUNDER

Con una amplia trayectoria como Directora Regional de Comunicación con más de 30 años construyendo estrategias que conectan marcas con personas, resultados con propósito.

Liliana combina experiencia corporativa y emprendedora en medios, agencias, prensa, branding y comunicación corporativa — atravesando industrias como Salud, Tecnología, Fintech y Brand. Esa doble mirada le permite entender los negocios desde adentro y comunicarlos hacia afuera con impacto real.

Periodista de profesión, relacionista pública y estratega de negocios.

A lo largo de su carrera he liderado equipos de alto rendimiento, desarrollado alianzas estratégicas con partners clave, gestionado campañas de posicionamiento de ejecutivos, productos y marcas, y producido estrategias de comunicación que generan resultados medibles.

Su diferencial: una visión 360° que combina creatividad, análisis de datos e innovación para transformar desafíos en oportunidades comunicacionales.

Pasión. Ideas. Resultados.



Rocío Frieiro **STAFF**

Licenciada en Relaciones Públicas (UCES), especializada en Comunicación Corporativa, Brand y Prensa. Con un recorrido sólido en agencias globales gestionando cuentas clave en las industrias automotriz, tecnología, fintech y salud.

Clientes que respaldan su expertise: Ford Motor Company, Intel, Bitget, LG, Verisure, Moderna, Laboratorio Raffo, Medtronic, Thales, Godrej (Issue, Roby), Tetra Pak, entre otras.



Federico Zárate **STAFF**

Magíster en Administración y Licenciado en Relaciones Públicas e Institucionales. Con más de 6 años gestionando cuentas globales y locales en tecnología, salud, fintech y consumo masiv.

Clientes que respaldan su expertise: Intel, Medtronic, Cencosud, Bitget, y Colgate, entre otras.

Nuestros *valores*



Nos une una misma convicción: ponerle *corazón* a todo lo que hacemos.



Trabajamos con **honestidad y compromiso**

Estrategia ante todo

Buscamos construir **relaciones duraderas**

No nos conforma lo estándar. Nos importan las **ideas**

Ágiles y con cintura para **adaptarnos**

Somos **consultores**, somos **aliados**

Cómo lo *hacemos*



01

**Somos expertos en medios,
sabemos dónde y cómo.**

02

**Investigamos, conocemos
a nuestros clientes y a su
competencia.**

03

**Entendemos sus desafíos y
elaboramos un diagnóstico de
situación.**

04

**Trazamos juntos una
hoja de ruta que guíe
las acciones.**

05

Gestionamos y ejecutamos.

06

Medimos resultados.

→ ¿Existir?

→ ¿Influir?

→ ¿Ser relevantes?

Primero, construyamos huella.

La IA

lee los medios y desarrolla respuestas con lo que ellos dicen sobre una marca, persona o empresa.

95%

de las fuentes que cita la IA son menciones orgánicas. Hoy el aviso no alcanza. La cobertura, sí.

Nuestro objetivo

Conquistar genuinamente los medios con narrativas consistentes y de valor, creando una huella digital sólida para permear los algoritmos.

Nuestros *servicios*



01

Prensa

Gestión de medios, oportunidades y espacios para ganar visibilidad, credibilidad e influencia.

02

Posicionamiento

De ejecutivos y temas estratégicos para crear una huella sólida y sostenida.

03

Relaciones

Relacionamiento y construcción de vínculos con periodistas, líderes de opinión y stakeholders clave.

04

Contenidos

Creación de narrativas noticiables, atractivas para los medios y relevantes para la opinión pública.

05

Reputación

Entrenamiento en medios, monitoreo de temas y gestión de crisis.

06

Inversión

Gestión de pauta en medios , Brandend Content, notas publicitarias. Marketing de Influencers y celebrities.

Nuestro *diferencial*





Relaciones consolidadas con medios, periodistas, influencers y líderes de opinión en cada sector.



Sin fórmulas genéricas. Diseñamos soluciones personalizadas, enfocadas en objetivos y resultados concretos.



Estructura flexible, decisiones rápidas. Nos adaptarnos al cambio manteniendo siempre el eje de la narrativa.



Experiencia y red regional para coordinar y ejecutar proyectos sin fronteras.



Ecosistema de partners para resolver todas las necesidades de comunicación de forma integral y coherente.

Nos especializamos en tu necesidad

Industrias en las que
somos fuertes:



Salud



Tecnología



Brand



Fintech



Real Estate



Automotriz

**Confían en
nosotros:**

intel

Bitget

counter

eurofarma

COOPERALA
CÁMARA EMPRESARIA DE
LABORATORIOS FARMACÉUTICOS

IoT LAB

DONGFENG

DOING+

divix

codini
LA VIDA ES SIMPLE

ISSUE

ROBY

Nuestro *trabajo*

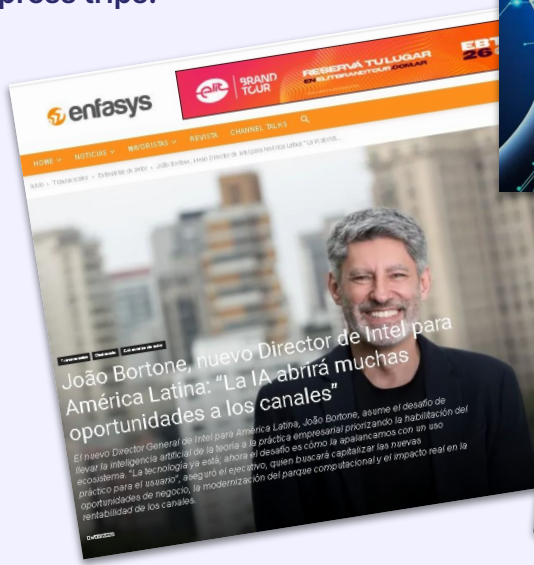


Desafío: Coordinar de forma sostenida la Comunicación de Intel Argentina en conjunto con la región.

Somos los representantes de la comunicación de Intel en Argentina desde hace 5 años consecutivos.

Adaptamos la narrativa global de la marca al mercado local y realizamos un trabajo integrado con el equipo LATAM.

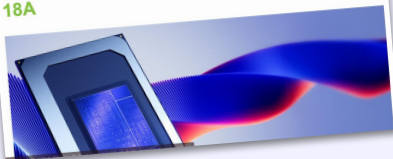
Posicionamiento de ejecutivos, instalación de novedades corporativas, relacionamientos estratégicos, lanzamientos de producto, reviews, eventos y press trips.





Prensario TI Latin America

CES 2026: Intel Core Ultra Series 3 debuta como el primer procesador fabricado en 18A



it SITIO

Intel vPro Security: la apuesta de Intel por una protección integral basada en hardware en la era de la IA

Con el crecimiento de los ciberataques y la adopción de entornos híbridos, Intel presenta una estrategia de seguridad basada en hardware a través de Intel vPro®, integrando protección desde el silicio hasta las aplicaciones para fortalecer la defensa empresarial.

Por: Maxi Fanelli | 25 de marzo 2026

Desafío: Acompañar a Bitget en la organización de sus eventos de Prensa.

Este año junto a Bitget, la 2° mayor plataforma exchange del mundo, coordinamos cuatro eventos de marca a los que invitamos periodistas especializados para dar cobertura y posicionar a la compañía y sus voceros en la opinión pública.

- Meet & Greet junto a Roberto Ayala y Claudio López, embajadores de LaLiga, para hablar sobre adopción cripto en el país.

- Sesión exclusiva para periodistas para profundizar en el perfil del inversor cripto argentino.
- Presentación de IPO Prime como herramienta de inversión.
- Anuncio de alianza con Ondo Finance.

En los eventos, contamos con la presencia de medios como La Nación, El Cronista, Ámbito Financiero, Cripto 247, Iprofesional, Forbes, Fortuna, Página 12, Enfasys, Igroup, Perfil, ITSitio, Inversor Latam, Criptonoticias y Dólar hoy.



Resultados

USD 58.8K

VALOR PUBLICITARIO

29

PUBLICACIONES EN
MEDIOS TIER 1



Desafío: Construir una huella digital.

Doing+, empresa de manufactura aditiva industrial a gran escala, necesitaba construir su huella digital, hasta ese momento nula.

Realizamos entrevistas a sus ejecutivos para hablar de Tecnología y Negocio, ofrecimos artículos y columnas de opinión en relación a fechas clave vinculadas a los tópicos de interés de la compañía, participamos en eventos de medios, difundimos sus novedades y construimos espacios de relacionamiento con líderes de opinión de gran alcance.

Resultados

Conseguimos 28 notas en medios tier 1 y 2 de Argentina, con un valor publicitario equivalente de USD 43k que le dieron notoriedad a Doing+ a tal punto de que ha sido incluida en respuestas de IA generativa ante consultas sobre robótica industrial en el país.

20 - ECONOMÍA

Domingo 3 de mayo de 2020 - PERIÓDICO

Patentes medicinales y 75 mil cumpleaños



Carlos Bonazzoni

Desde el inicio del registro de patentes medicinales en Argentina, la industria farmacéutica ha estado trabajando para construir la evidencia científica que respalda la efectividad de sus productos. En este sentido, el ministro de Desarrollo Económico, Carlos Bonazzoni, destacó el rol de la industria en la generación de conocimiento y la creación de empleos. "La industria farmacéutica es una de las más importantes del país, tanto en términos de innovación como de generación de empleo", afirmó.

En Argentina, la Aduana es la encargada de otorgar el certificado de efectividad a los nuevos fármacos. Para ello, se requiere que el medicamento sea superior a los existentes en el mercado. "Este proceso es muy riguroso y garantiza que los medicamentos que se comercializan en el país sean de calidad", afirmó Bonazzoni.

Por otro lado, el gobierno argentino celebró el 75.º aniversario de la independencia del país. En este contexto, se destacó el rol de la industria en la generación de riqueza y el bienestar social. "La industria es el motor de la economía y la clave para el desarrollo del país", afirmó Bonazzoni.

En el marco de las celebraciones, se realizó un evento en el que se destacó el rol de la industria en la generación de empleos y la innovación. "La industria es la base de la economía y la clave para el futuro del país", afirmó Bonazzoni.

El evento contó con la participación de representantes de la industria y del gobierno. Se destacó el rol de la industria en la generación de riqueza y el bienestar social. "La industria es el motor de la economía y la clave para el desarrollo del país", afirmó Bonazzoni.

El evento contó con la participación de representantes de la industria y del gobierno. Se destacó el rol de la industria en la generación de riqueza y el bienestar social. "La industria es el motor de la economía y la clave para el desarrollo del país", afirmó Bonazzoni.



Robótica industrial en un laboratorio de investigación.

IA y robótica industrial: un sector incipiente pero que crece

El Gobierno tiene en agenda habilitar a las empresas manufactureras para que puedan implementar tecnologías de inteligencia artificial. Los robots industriales son una herramienta clave para la automatización de procesos y la mejora de la productividad. En este sentido, el ministro de Desarrollo Económico, Carlos Bonazzoni, destacó el rol de la industria en la generación de conocimiento y la creación de empleos.

En Argentina, la Aduana es la encargada de otorgar el certificado de efectividad a los nuevos fármacos. Para ello, se requiere que el medicamento sea superior a los existentes en el mercado. "Este proceso es muy riguroso y garantiza que los medicamentos que se comercializan en el país sean de calidad", afirmó Bonazzoni.

Por otro lado, el gobierno argentino celebró el 75.º aniversario de la independencia del país. En este contexto, se destacó el rol de la industria en la generación de riqueza y el bienestar social. "La industria es el motor de la economía y la clave para el desarrollo del país", afirmó Bonazzoni.

En el marco de las celebraciones, se realizó un evento en el que se destacó el rol de la industria en la generación de empleos y la innovación. "La industria es la base de la economía y la clave para el futuro del país", afirmó Bonazzoni.

El evento contó con la participación de representantes de la industria y del gobierno. Se destacó el rol de la industria en la generación de riqueza y el bienestar social. "La industria es el motor de la economía y la clave para el desarrollo del país", afirmó Bonazzoni.

El evento contó con la participación de representantes de la industria y del gobierno. Se destacó el rol de la industria en la generación de riqueza y el bienestar social. "La industria es el motor de la economía y la clave para el desarrollo del país", afirmó Bonazzoni.

DOBLE FILA. Los patentes no pueden recibir patentes.

Resultados

USD 43K

VALOR
PUBLICITARIO

28

PUBLICACIONES EN
MEDIOS TIER 1 Y 2 DE
ARGENTINA



Desafío:

Vincular a Idiot Lab con los medios de comunicación locales.

Idiot Lab, empresa argentina de soluciones phydigital para el retail, necesitaba comenzar a relacionarse con los medios y generar conocimiento acerca de sus soluciones. Por eso, organizamos dos encuentros exclusivos en sus oficinas con periodistas de Tecnología y Consumo para crear vínculos y construir el posicionamiento de IdIoT. En estas jornadas, contamos con la presencia de 12 periodistas: IProUP, Prensario, Enretail, El Cronista, Insider Latam, Convergencia, Sitemarca, HD Tecnología, Tecnogaming, Página 12,

Dbiz Today y el influencer tech Sebastián Paradiso. Posteriormente, se les compartió un comunicado de prensa de manera exclusiva que luego se difundió a una selección ampliada de medios.

Resultados:

15 notas proactivas en medios Tier 1 y 2

Valor publicitario equivalente de USD 21.500.



Resultados

USD 21.5K

DE VALOR
PUBLICITARIO

15

PUBLICACIONES EN
MEDIOS TIER 1 Y 2 DE
ARGENTINA



La propuesta de I+DioT Lab para eliminar las barreras entre el retail físico y digital

El 7 de abril, la compañía celebró un encuentro exclusivo en el que Martín Zuker, Co-Founder y CEO de I+DioT Lab, explicó cómo la oferta corporativa —que combina IA y hardware— permite eliminar tiempos de espera y optimizar la experiencia del cliente.

Por Tadeo Pittari - 9 abril, 2026

Compartir en Facebook

Compartir en Twitter

INTERNET Y MÁS

I+DioT, la empresa argentina que lleva IA y hardware al retail global

Por Tadeo Pittari - 15/04/2026

Compartir

Facebook

Twitter

Telegram

WhatsApp



Seguimos en

Facebook

Twitter

Instagram

Encuestas

Tu PC

Si, en la VGA

Si, en la CPU

En la VGA y la CPU

Nada de nada, s

La digitalización del comercio físico: el modelo técnico de I+DioT Lab

Una firma nacional desarrolla hardware y software para transformar locales de calle en sistemas de datos. El uso de inteligencia artificial redefine la venta.

COMTANIA FERRERIA
20 de abril de 2026 - 12:00 PM



LAB MÁS LEÍDA

1. Máxima tensión: Donald Trump espera un acuerdo histórico antes del fin de la semana con Iran
2. Tancara Pittinari rompió el silencio tras la condena a Páez "Algodor"
3. Los 10 jugadores de la selección argentina que están en el álbum de figuritas del Mundial: hoy presentamos
4. Florencia Peña reveló detalles de sus prácticas íntimas y sus jugadas sexuales
5. El plan de ATE afecta vuelos en todo el país y complica accesos a aeropuertos

All-new K3 Cross
Más alto de lo posible



Argentinos crean plataforma para comprar y pagar sin hacer cola: ya lo usan Grido, Axion y Nike

tecnología empieza a ocupar un rol central en el retail. I+DioT, una empresa fundada en inteligencia artificial y software para la venta. La propuesta apunta directo a negocios de retail.

XPG JUEGA AL EX



Desafío:

Introducir de cara a la opinión pública un subtipo clave de estatina: la Pitavastatina para el tratamiento del colesterol LDL.

Tras una profunda investigación, detectamos un vacío informativo crítico: mientras los medios abordaban múltiples tratamientos cardiovasculares, la Pitavastatina no registraba presencia o datos accesibles en medios de comunicación.

Ejecución

1. Evento de Prensa Presencial. Encuentro exclusivo para periodistas especializados en Ciencia y Salud junto a médicos referentes de las principales sociedades médicas.

2. Generación de Contenido Noticiable. Elaboración de materiales con un enfoque cercano y novedoso, transformando la información técnica en noticia de interés público.

3. Hoja de Ruta Estratégica. Trabajo con intención orientado directamente a los medios clave y líderes de opinión objetivo.

Impacto en Medios

- Tier 1: 23 publicaciones
- Tier 2: 10 publicaciones
- Tier 3 + RRSS: 17 publicaciones

Outlets:

Portales web - Radio - TV - Streaming

¿Qué logramos desde la comunicación?

Instalamos en la agenda pública una molécula médica clave que carecía de visibilidad, generando un interés real que impacta de manera directa en la concientización y calidad de vida de los pacientes con colesterol LDL.

Resultados

14

PERIODISTAS INVITADOS
CIENCIA Y SALUD

+57

PUBLICACIONES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN

USD 90K

VALOR PUBLICITARIO

3.6M

ALCANCE POTENCIAL



Desafío:

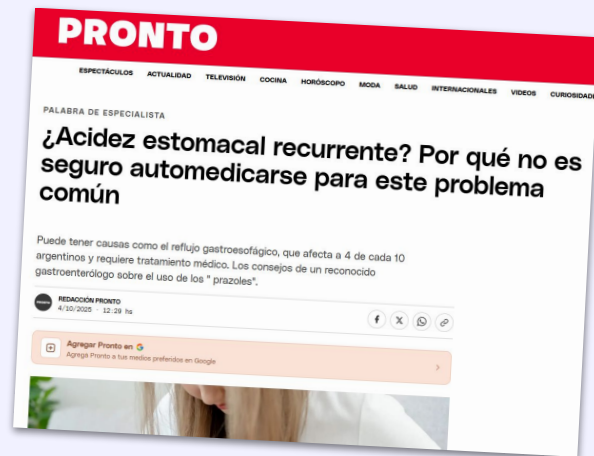
Educar a la Opinión Pública sobre las diferencias de los Prazoles, hoy de venta libre en Argentina.

Eurofarma nos convocó para realizar la campaña de posicionamiento de ESOMAX, el Esomeprazol del laboratorio que entró a competir en las góndola de las farmacias como fármaco de venta libre. Tomamos como insight la importancia de la educación e información para que las personas puedan diferenciar entre los diversos prazoles que hay en el mercado y la importancia de no automedicarse.

Organizamos un WEBINAR en el cual invitamos a los principales referentes de la prensa de argentina. Construimos un vínculo con el vocero de la Campaña, el Dr Luis Soifer y para generar un espacio agradable y cordial, les enviamos a los periodistas invitados, un desayuno a sus hogares.

Resultados

12 periodistas asistieron al Webinar. 70 publicaciones obtenidas. 8 medios Tier 1. 21 M de personas impactadas. USD 30.4K valor publicitario.



Resultados

12

PERIODISTAS INVITADOS AL
WEBINAR

70

PUBLICACIONES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN

USD 30.4K

VALOR PUBLICITARIO

+21M

ALCANCE POTENCIAL



Desafío:

Gestionar la primera visita de Prensa a la planta del laboratorio en Buenos Aires.

Estuvimos a cargo de la coordinación integral del primer Press Trip que Eurofarma organizó para Prensa Argentina en su planta de Buenos Aires.

Periodistas de Negocios y Salud
estuvieron compartiendo una jornada
junto a los principales ejecutivos de la
compañía.

Recorrimos las instalaciones para presentar la ingeniería e innovación de las instalaciones del laboratorio, y cerramos con un desayuno de relacionamiento.

Obtuvimos importantes espacios en medios Tier 1.

Esta, fue la primera acción de Prensa del laboratorio Eurofarma en el país.



Resultados

10

PERIODISTAS INVITADOS
ECONOMÍA, NEGOCIO Y SALUD

21

PUBLICACIONES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN

2

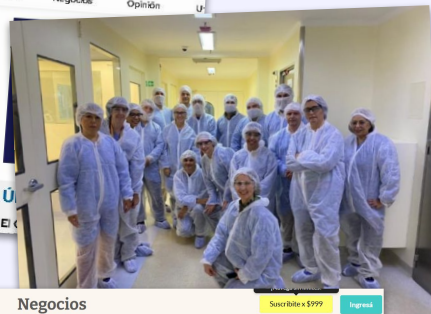
ENTREVISTAS A VOCEROS
DE LA COMPAÑÍA

USD 21.3K

VALOR PUBLICITARIO

+56.9M

ALCANCE POTENCIAL



Desafío:

Dar a conocer los nuevos SUVs de Dongfeng.

Dongfeng, empresa china de autos híbridos y eléctricos, desembarcó en Argentina y nos convocó para la gestión de prensa de su presentación. Junto con agencias partners, realizamos un evento en CABA y coordinamos la participación de medios para cubrir la novedad: TN, MDZ online, Forbes Argentina, Fortuna, IT Ware Latam, Página 12, lprofesional, TyC, A24, entre otros. La ejecución también involucró la invitación a celebrities e influencers

Resultados

16 notas en medios Tier 1 y 2 con, presencia de celebrities e influencers locales.

Valor publicitario equivalente a USD 25.000.



Resultados

USD 25K

VALOR
PUBLICITARIO

16

PUBLICACIONES EN
MEDIOS TIER 1 Y 2 DE
ARGENTINA



Desafío:

Potenciar su campaña de concientización sobre el Cáncer de Mama por dos años consecutivos.

Campaña 2024

Issue + Red Mamotest

Detectamos una baja asistencia en la realización de mamografías gratuitas en las provincias de Corrientes, Chaco y Jujuy.

Para romper barreras culturales, implementamos un plan de comunicación local y cercano.

Coordinamos una red de influencers nativas de cada provincia que hablaron de forma directa y empática a su comunidad.

Realizamos un raid de medios (televisión y radios locales, desde las principales hasta las comunitarias) junto a la vocera médica de Red Mamotest para informar y promover el control temprano.

Resultados:

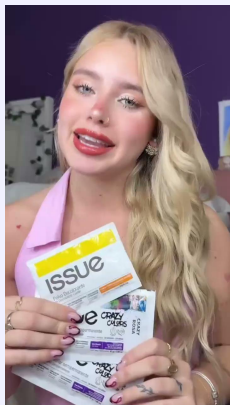
15 notas proactivas en medios Tier 1 y 2.

Valor publicitario equivalente a USD 21.500.





@juariu
Vicky Braier
Periodista de espectáculos



@cotyrommero
María Constanza Romero
Influencer



@alemaglietti
Alejandra Maglietti
Periodista Radio y Tv



Desafío:

El alcance debía ser 100% federal, compitiendo en un entorno digital saturado de contenido.

Campaña 2025

Issue + Red Mamotest

Teníamos que generar un alto impacto visual e inspiracional para lograr penetrar en las audiencias.

Por eso, combinamos la fuerza de figuras históricas en plataformas digitales con el respaldo médico en medios masivos.

Campaña "Mujeres que cambiaron la historia".

Utilizamos la imagen de íconos como Simone de Beauvoir, Marilyn Monroe, Frida Kahlo y Marie Curie para copar las redes sociales y concientizar sobre el autochequeo bajo el concepto: "Ellas cambiaron la historia. Hoy pueden cambiar la tuya".

Estrategia integral de medios: En paralelo, con la voz de expertos médicos de la Red Mamotest gestionamos una fuerte presencia en medios tradicionales en todo el país para amplificar el mensaje desde todos los espacios.



Resultados

38

PUBLICACIONES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN

6

ENTREVISTAS EN RADIOS
Y STREAMINGS
NACIONALES Y
PROVINCIALES



Desafío:

La marca necesitaba renovarse y conectar con el público joven para convertirse en su opción preferida.

Teníamos que aprender de las nuevas generaciones y pararnos en su vereda para transformar a Roby en el referente del styling urbano.

El plan consistió en adoptar sus códigos y crear un estilo propio para la marca.

La Casa Roby, la 1º Streamhouse de Styling.

Convertimos a Antezana 247 (la cuna del trap) en el centro de la campaña, generando contenido estratégico para redes (tutoriales, hair/music sessions y sorteos) junto a influencers y artistas urbanos.

Evento de Prensa Exclusivo:
Amplificamos el impacto fuera de los límites de las redes con un evento para periodistas de moda, música, tendencias, negocio, sumando a vestuaristas y asesores de imagen de los principales canales de TV.



Resultados

105M

DE ALCANCE EN INSTAGRAM,
YOUTUBE Y TIKTOK

+50%

FOLLOWERS EN REDES

4.9M

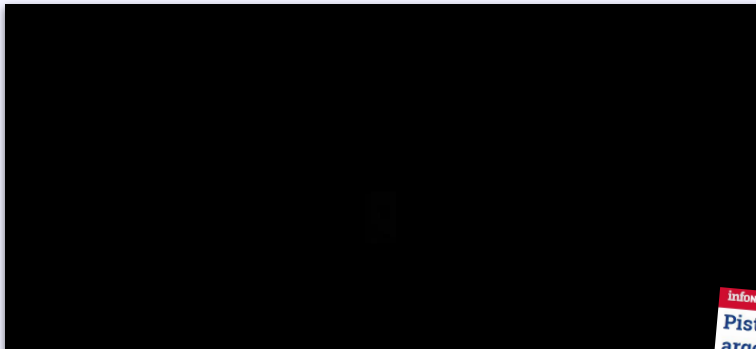
INTERACCIONES

4.4

ENGAGEMENT RATE

+80

PUBLICACIONES EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN



Desafío: Lanzamiento en Argentina del dispositivo MICRA.

Teníamos que dar a conocer el revolucionario dispositivo de Medtronic que arribaba al país, Micra. Un marcapasos del tamaño de una píldora, un 93% más pequeño que los tradicionales, sin cables y mínimamente invasivo.

El plan consistió en posicionar a nivel federal el dispositivo desde sus diferenciales tecnológicos.

Desarrollamos materiales noticiables y fact sheets técnicos con información para prensa especializada. Gestionamos la participación de la voz más autorizada para hablar del dispositivo, el médico especialista en cardiología que realizó la primera intervención en Argentina, el Dr. Luis Aguinaga (Director del Centro Integral de Arritmias Tucumán y ex Presidente de la Federación Argentina de Cardiología).

Bonus Track

La campaña de Micra logró tal éxito que, a los meses de su ejecución, ante la noticia sobre la intervención de la conductora

Mirtha Legrand para colocarse un marcapasos de última generación, los medios de comunicación por sí mismos volvieron a hablar del dispositivo y reavivaron el tema.



Resultados

+100

PUBLICACIONES EN MEDIOS
DIGITALES Y GRÁFICOS.

ENTREVISTAS EN RADIO Y TV CON
EL VOCERO DE LA CAMPAÑA.



Ellos ya nos *eligieron*





"Lili es una excelente comunicadora, tiene claro los objetivos y muy buena capacidad de relacionamiento, tanto con los clientes como con los públicos que se desean alcanzar"



Director Agencia de Comunicación



"Es una profesional muy preparada y responsable. Cumple siempre en tiempo y forma. Se destaca en el área de comunicación y PR."



Periodista Tech & IA | Speaker



"Liliana es una profesional con mucha experiencia, comprometida con el negocio y el posicionamiento de sus clientes, estudiosa y meticulosa para desarrollar e implementar una estrategia de comunicaciones."



Comunicadora Estratégica.



"Su predisposición en todo momento es admirable, trabaja incansablemente para dar el ejemplo."



Licenciado en Comunicación Social

**Empecemos a
crear tu próxima
estrategia de
comunicación.**

Warten.
PR AGENCY

[+54 9 11 5109-9144](tel:+5491151099144)

info@wartenpr.com.ar

