



Portal Educativo de Fundación Arcor: una herramienta de igualdad de oportunidades para la infancia.

PREMIOS ACENTO 2025

Categoría: Comunicación Multiplataforma

Nombre de la Institución: Fundación Arcor

Responsables: Vanina Triverio, Jefa LatAm de Movilización

Social y Comunicación

Paola Fridman, Coordinadora Regional de Programas



Transformamos las barreras geográficas en oportunidades: con nuestro #PortalEducativo llevamos formación gratuita y certificada a miles de educadores de toda Latinoamérica, multiplicando el impacto en la niñez. #PremiosAcento #FundacionArcor

Introducción. Planteo y diagnóstico.

El presente caso se centra en el Portal Educativo de Fundación Arcor (www.portaleducativo.fundacionarcor.org), a través del cual se brindan instancias de libre acceso (gratuitas) de formación y capacitaciones abiertas dirigidas a todas aquellas personas que se vinculan a la niñez.

Las capacitaciones digitales que Fundación Arcor ofrece, a través de su portal educativo, están concebidas desde sus bases como un proceso participativo y una instancia de aprendizaje colectivo. Busca ofrecer un camino formativo que contribuya a promover mejores oportunidades para las niñas y niños, misión central de la institución.



Grupo Arcor

Grupo Arcor es una multinacional líder con tres unidades de negocio: alimentos de consumo masivo, packaging y agronegocios. Es la principal empresa de alimentos de Argentina y el mayor exportador de golosinas en Argentina, Chile y Perú. Cuenta con 49 plantas industriales, más de 20 mil colaboradores y registró ventas netas por 3.800 millones de dólares en 2024. Ha desarrollado alianzas estratégicas con empresas como Danone (Bagley Latinoamérica), Coca-Cola, Grupo Bimbo, Webcor, Mastellone, Laboratorios Bagó (marca Simple), Ingredion y Kamay Ventures.

Fundación Arcor

Fundación Arcor nace en 1991 en Argentina y lleva adelante la estrategia de Inversión Social de Grupo Arcor, la cual es parte su Política de Sustentabilidad; la empresa por medio de su Fundación, realiza inversiones voluntarias, planificadas y monitoreadas de recursos privados en proyectos sociales de interés público, canalizados y orientados para contribuir con la causa de la niñez. La **inversión social** expresa el compromiso heredado de los fundadores desde los inicios de la compañía, hace casi 75 años.

Con el objetivo de ampliar el alcance su compromiso social en Latinoamérica, la compañía creó también Instituto Arcor en Brasil (2004) y Fundación Arcor en Chile (2015), a partir de la experiencia del trabajo de Fundación Arcor en Argentina. La misión de estas tres organizaciones es contribuir a generar igualdad de oportunidades educativas para la infancia en América Latina, mediante la movilización de actores sociales, el desarrollo de capacitaciones para educadores, cuidadores y responsables de niños, y el apoyo a proyectos orientados a la niñez.

El trabajo que se desarrolla está estructurado en dos áreas temáticas: Niñez y Desarrollo Integral en los primeros años y Niñez y Promoción de Hábitos de Vida Saludable.

A su vez, se busca promover el debate y la reflexión acerca de la situación de la niñez en Latinoamérica, mediante la comunicación y la visibilidad de la temática en la agenda pública.

Planteo del desafío

El desafío central del Portal Educativo de Fundación Arcor (www.portaleducativo.fundacionarcor.org), radicó en superar barreras tradicionales que obstaculizaban la participación y acceso masivos en capacitaciones presenciales: la dispersión geográfica, las restricciones económicas y la limitada disponibilidad horaria de sus destinatarios. A partir de un diagnóstico exhaustivo, Fundación Arcor determinó que la comunicación efectiva y segmentada, articulada mediante múltiples plataformas y canales, sería crucial para el éxito sostenido del Portal.

De este modo, el reto al que se enfrentó el plan no fue meramente tecnológico y educativo; fue particularmente desafiante desde lo comunicacional, en el sentido de la necesidad de lograr una propuesta educativa virtual que sea atractiva, accesible y relevante para múltiples públicos segmentados en diversos países de Latinoamérica, utilizando de manera eficiente múltiples plataformas y soportes, y que permita alcanzar los objetivos institucionales.

Estrategia para el Portal Educativo de Fundación Arcor

Debido a los desafíos planteados, se establecieron diversos objetivos para el plan anual:

- Ampliar la cobertura geográfica de las formaciones brindadas, más allá de los grandes centros urbanos.
- Incrementar la oferta de capacitaciones virtuales y alcanzar los 30 cursos y capacitaciones disponibles.
- Aumentar la cantidad de personas alcanzadas por las capacitaciones en un 50% en un año (2024).
- Posicionar a Fundación Arcor como referente entre las instituciones que trabajan por la igualdad de oportunidades para la infancia.



Para alcanzar estos objetivos, se desplegó una estrategia comunicacional en torno a cinco ejes centrales:

- **Infraestructura tecnológica y usabilidad:** Implementar una plataforma educativa virtual intuitiva y accesible, que permita la interacción fluida, amigable y efectiva, facilitando el aprendizaje autónomo y colaborativo, así como cumpla todos los estándares de seguridad, privacidad y accesibilidad.
- **Contenidos de valor:** Generar un recorrido formativo en cuanto a diseño, curaduría y adaptación didáctica de materiales elaborados por especialistas en infancia y educación, presentados en formatos variados (videos, lecturas interactivas, audios y foros), garantizando rigor académico y pertinencia pedagógica.
- **Alianzas estratégicas:** Desarrollar la vinculación con universidades de prestigio, fundaciones expertas y organizaciones sociales referentes, así como actores públicos, que aportaron legitimidad académica, contenidos especializados y capacidad de amplificación en sus propias comunidades.
- **Flexibilidad y disponibilidad de la formación:** Ofrecer una propuesta amplia de cursos autogestionados, abiertos y permanentes, con certificación inmediata y sin restricciones geográficas ni temporales, permitiendo a los educadores aprender "a su ritmo y en su horario" desde cualquier dispositivo.
- **Comunicación multiplataforma y segmentada:** Ejecutar una campaña multiplataforma que combine redes sociales, email marketing, prensa tradicional y digital, optimizando los mensajes según intereses y comportamientos de cada audiencia objetivo.

Audiencias:

El plan apuntó a llegar a los *stakeholders* específicos de la Fundación que trabajan sobre temas de niñez e infancia, para que, de ese modo, nuestras acciones generen un efecto multiplicador que alcance a los niños y niñas y a sus familias. En el caso particular de las instancias que fueron parte del presente plan, se pueden establecer claramente los siguientes públicos:



Organizaciones del tercer sector y municipios, fundaciones pares y empresas, referentes especialistas en temáticas de infancia; público interesado en temáticas de la niñez, docentes, pedagogos y otros profesionales; periodistas como así también consumidores y las comunidades en general.

Portal Educativo Fundación Arcor - Plan de Acción

Para lograr cumplir los objetivos y no solamente lograr los resultados esperados, sino también superarlos, se estableció un plan de acción que actúe sobre cada uno de los ejes estratégicos establecidos:

1- Infraestructura tecnológica y usabilidad: Se trabajó sobre el sistema de gestión de aprendizaje Moodle, como LMS dado que permite el aprendizaje combinado, la educación a distancia y esquemas de aula invertida, que se adaptan a las necesidades del plan. A su vez, su foco está centrado en cinco pilares que se condicen con lo requerido por la necesidad formativa de Fundación Arcor: Flexibilidad, interactividad, participación, seguimiento y accesibilidad. Por otra parte, permite la gestión tanto de recursos como la realización de actividades, y la gestión de la comunidad de aprendizaje. La programación del Portal Educativo se estableció siguiendo los mayores estándares de calidad globales, como licencia abierta GNU, Certificado IMS LTI, modelo de referencia de objetos SCORM-ADL, entre otras.

2- Contenidos de valor: Se desarrollaron más de 40 cursos, tanto autogestionados, como tutorados, permitiendo de este modo integrar el recorrido formativo de Fundación Arcor, no solamente en el formato puramente virtual, sino también como soporte de aula invertida para formaciones con componentes presenciales y formatos híbridos. Los cursos se desarrollaron con especialistas de Fundación Arcor, referentes invitados y aliados de otras instituciones referentes, para garantizar la calidad del contenido, así como su alineación con la misión de la institución.

3- Alianzas estratégicas: Se desarrollaron alianzas estratégicas de diversa índole para lograr los resultados:

a. **Académicas:** Con universidades nacionales públicas y privadas, para ofrecer formaciones con aval académico y certificación universitaria. Con fundaciones pares especializadas para trabajar sobre el *expertise* de quienes son líderes en temáticas específicas. Con organizaciones sociales para alcanzar a públicos que requieren formaciones que vinculen las temáticas de derechos de niños y niñas su gestión; y con actores públicos que podían sumar la acreditación de puntaje académico.

b. **De Difusión:** Con instituciones y medios que puedan amplificar el alcance de la oferta educativa y de formación de Fundación Arcor. Un caso de importancia es la gestión realizada para el acompañamiento en difusión por parte del programa de Google Grants, donde se gestionó el apoyo de Google a través del aporte de 30 mil dólares mensuales para la utilización de publicidad en buscadores en Argentina, Chile y Brasil, para alcanzar a los públicos del plan.

4- Flexibilidad y disponibilidad de la formación: Los cursos abiertos se pusieron a disposición de manera autogestionada y sin restricción de nivel educativo, profesión, ubicación geográfica, ni dispositivo de acceso, pues están trabajados bajo estándares de diseño responsive y de accesibilidad.



5- Comunicación multiplataforma y segmentada: Se llevó adelante un ambicioso plan de comunicación omnicanal para alcanzar los objetivos. Así como el mismo Portal Educativo de Fundación Arcor es, en sí mismo, un esfuerzo multimedia y multiplataforma, la campaña de comunicación para difundirlo, también lo es. No solamente alcanza con generar el espacio de formación, sino que se requiere dotarlo de alumnos que participen, formar una comunidad que le dé vida, y asegure no solamente la mera inscripción, sino la persistencia hasta completar cada curso, y el recorrido formativo propuesto.

Canales de Comunicación utilizados:



- Desarrollo de *landings*:** Se desarrolló, para cada curso, una página de destino específica y optimizada para los temas abordados, con formularios de inscripción simplificados e integración directa al LMS, así como la gestión de keywords, contenidos y públicos de interés.

- **Notas periodísticas:** Se incorporó un equipo periodístico para que realice artículos de *brand journalism* en español y portugués que profundizaron los ejes temáticos del Portal y visibilizaron historias de impacto de las formaciones institucionales y autogestionadas.
- **Gestión de prensa:** Se desarrollaron gacetillas, comunicados, entrevistas y crónicas dirigidas a medios masivos y especializados en educación, generando alto valor en *earned media*.
- **Gestión de redes sociales:** Se gestionó un plan de contenidos en Facebook, Instagram, LinkedIn. Este plan debió contemplar la inclusión de contenidos para promocionar la adopción del portal educativo en general, así como de cada uno de los cursos, mientras que, a la vez, mantuviera la coherencia con el plan general de contenido de la institución en los canales de comunicación de los tres países donde tiene presencia directa.
- **Videos:** Se integró el canal de YouTube y se realizaron piezas audiovisuales sobre el contenido, así como testimonios de alumnos y de especialistas y referentes, para reforzar la propuesta de valor.
- **E-mail marketing:** Se llevaron adelante campañas personalizadas según intereses y perfiles identificados para informar de las diferentes aperturas de cursos y oportunidades de capacitación.
- **Secuencias de automation:** Se realizó el seguimiento individualizado con secuencias de automation para recordar inscripciones, fechas clave de cursado, acceso a certificaciones, así como para impactar en la persistencia de los alumnos, y los contenidos complementarios para lograr recorridos formativos integrales.
- **Activación mediante Socios Estratégicos:** Se realizaron convenios y gestiones para lograr la difusión en canales propios de universidades y organizaciones sociales para amplificar el alcance sobre el público de interés.
- **Publicidad en buscadores a través de Google Grants y SEO:** Se ejecutó una campaña de publicidad en buscadores, siguiendo los lineamientos de Google Grants, que establece estándares de calidad muy superiores a las campañas publicitarias empresariales. Para ello se realizaron anuncios con keywords educativas que capturaron intención activa de aprendizaje y derivaron tráfico calificado al sitio. A su vez, se implementó un plan de SEO para capturar tráfico orgánico al portal educativo.
- **Podcasts:** Se generaron episodios de contenido en audio con expertos y referentes para complementar contenidos centrales relativos a la misión de Fundación Arcor, que se vinculan los cursos del Portal Educativo y amplifican su impacto.

Evaluación e impacto

El Portal Educativo de Fundación Arcor no consistió meramente en poner a disposición del público una amplia oferta de cursos y contenidos. Se planteó como un organismo vivo que diera lugar a una comunidad de aprendizaje y un motor del compromiso con la infancia. En ese sentido, la estrategia multiplataforma obtuvo resultados extraordinarios en términos de alcance, *engagement* y participación que no solamente alcanzaron los objetivos propuestos, sino que también sorprendieron expectativas optimistas. Y éste éxito se puede notar tanto desde lo cualitativo, como en los principales KPIs que se pudieron medir:

- **41** cursos en plataforma.
- Más de **350** piezas únicas para redes sociales.
- **42** landing pages.
- Más de **200 mil** correos electrónicos enviados a la base.

- Se **duplicó** la oferta educativa en comparación con la versión anterior del portal.
- Se superaron los **50 mil** alumnos activos desde la creación del portal.
- En 2024 el portal creció un **158%** en comparación con 2023, superando ampliamente los objetivos planteados.
- Se superó el **millón de horas de capacitación** brindadas a alumnos activos en el portal educativo desde su creación, siendo el 50% de dichas horas logradas durante la ejecución del presente plan.
- Se multiplicó por **4 veces** la cantidad de cursos con al menos **mil alumnos** anuales.
- El crecimiento interanual en todas las **métricas de participación** de alumnos en el portal educativo en 2024 fue **superior a 100%**.
- Se generaron más de **100 notas** de Brand journalism sobre Portal Educativo y sus contenidos.
- Más de **200 mil visualizaciones** de los videos de la campaña.
- Más de **100 menciones** en medios de comunicación de Argentina y Latinoamérica como resultado de la gestión de prensa.
- Crecimiento del **10% en la posición media** de búsquedas en Google.
- Crecimiento del **20% en la tasa de clics en buscadores**, por la relevancia de la campaña de Grants.
- **6.5 Millones** de impresiones del sitio web que deriva tráfico a Portal Educativo, de fuentes 100% orgánicas.
- AVE (*Ad Value Equivalence*) de gestión de prensa superior a los **150 millones de pesos** durante 2024.
- Se ha logrado una cobertura geográfica del **100%** en Argentina, y en constante crecimiento en Chile y Brasil, donde se ha duplicado la presencia de las zonas con alumnos inscriptos y cursando.

En definitiva, se puede dar cuenta del éxito absoluto del plan, tanto desde estas métricas de análisis, como en términos cualitativos, para dejar en claro la importancia de la misión del esfuerzo realizado por Fundación Arcor, y su compromiso constante por promover mejores oportunidades para las niñas y niños de Latinoamérica.

Portal Educativo de Fundación Arcor: una herramienta de igualdad de oportunidades para la infancia

ANEXO

PREMIOS ACENTO 2025

Categoría: Comunicación Multiplataforma

Nombre de la Institución: Fundación Arcor

Responsables:

Vanina Triverio, Jefa LatAm de Movilización Social y Comunicación.

Paola Fridman, Coordinadora Regional de Programas





El desafío central del Portal Educativo de Fundación Arcor radicó en superar las barreras tradicionales que impedían la participación masiva en capacitaciones presenciales: la dispersión geográfica, las restricciones económicas y la limitada disponibilidad horaria de sus destinatarios.

**Por eso, lanzamos la nueva
versión del Portal Educativo de
Fundación Arcor, como una
acción multiplataforma**





PROUESTA Objetivos



Lograr una propuesta educativa virtual que sea **atractiva, accesible y relevante** para múltiples públicos segmentados en diversos países de Latinoamérica, utilizando de manera eficiente múltiples plataformas y soportes.

Ampliar la cobertura geográfica de las formaciones brindadas, más allá de los grandes centros urbanos

Incrementar la oferta de capacitaciones virtuales y alcanzar los 30 cursos y capacitaciones disponibles.

Aumentar la cantidad de personas alcanzadas por las capacitaciones en un 50%.

Posicionar a Fundación Arcor como referente entre las instituciones que trabajan por la igualdad de oportunidades para la infancia.



Comunicación efectiva y segmentada articulada mediante múltiples plataformas y canales

ESTRATEGIA Ejes





MAPA DE AUDIENCIAS

Plan de Acción





DISEÑO Y PRODUCCIÓN DEL PORTAL EDUCATIVO



- Tecnología
- Usabilidad
- Contenidos de valor
- Flexibilidad



CANALES DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS



Landing pages



Notas
periodísticas



Gestión
de prensa



Redes sociales



Videos



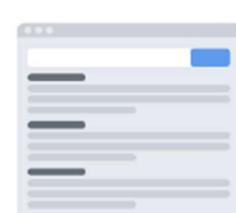
E-mail Marketing



Secuencias de
automation



Alianzas
estratégicas



Publicidad en
buscadores y SEO



Podcasts

RESULTADOS

41

Cursos en el Portal



42

Landing Pages

350

Piezas en
redes
sociales

+100

menciones
en prensa

Comunicación

- +200 mil correos electrónicos
- + 100 notas de Brand Journalism
- + 100 menciones de prensa
- +150 M de pesos en Earned Media

Impacto de comunicación

- + 6.500.000 impresiones
- +10% posición media en Google
- +20% tasa de clics
- +200mil visualizaciones de video

Resultados del portal

+50.000

Alumnos

+1.00.000

Horas de
capacitación

158%

Crecimiento
del portal

Cuadruplicada

La cantidad de cursos con
al menos mil alumnos

Cobertura geográfica

- Cobertura total del 100% en Argentina
- Crecimiento superior 100% en Chile
- Alcance a casi todos los países de LatAm



MUCHAS GRACIAS

