

Documento anexo



# La consultoría se enseña: el modelo de formación de **INFOMEDIA Academy**

## 18.01 - Publicaciones Institucionales / Multimedia

Organización representada

**INFOMEDIA Academy**

Capítulo

**PyME**

Consultora responsable

**INFOMEDIA**

Responsables

**Miguel Ángel Martínez, Mia da Costa  
Piazza y María Agustina Picone**

# Descripción conceptual

Publicación institucional multimedia que sistematiza la experiencia profesional de INFOMEDIA en formato educativo. Incluye videos, e-books, casos prácticos y plantillas orientadas a formar consultores en comunicación estratégica.



**Capítulo 1:** qué es la consultoría, qué hace un consultor y cómo es su día típico de trabajo.

[Ver más](#)

**Capítulo 2:** cómo diseñar y comunicar un proyecto de consultoría para posicionar servicios de manera estratégica y eficaz.

[Ver más](#)



**Capítulo 3:** el valor de la planificación en comunicación y los componentes clave que debe incluir todo plan estratégico.

[Ver más](#)



Utilizar el código **PREMIOEIKON2025** en nuestra web para acceder de manera gratuita al contenido completo de la Certificación en Consultoría de Comunicación Empresarial. Este acceso exclusivo está habilitado para los jurados de los Premios Eikon, con el objetivo de facilitar la evaluación integral del proyecto.



# Introducción

INFOMEDIA es una consultora especializada en comunicación estratégica y asuntos públicos, con más de veinte años de trayectoria en el asesoramiento a empresas, instituciones y actores públicos. En 2023, impulsó la creación de INFOMEDIA Academy, una plataforma educativa completamente online, con el propósito de sistematizar el conocimiento profesional adquirido y ponerlo al servicio de las nuevas generaciones de consultores.

En ese marco se desarrolló la Certificación en Consultoría en Comunicación Empresarial, una propuesta formativa integral que constituye el primer curso de la academia y, al mismo tiempo, su publicación insignia. Concebida como un contenido editorial digital y multimedia, esta certificación está orientada a cerrar la brecha existente entre la formación universitaria tradicional y las competencias prácticas que demanda el ejercicio profesional en las áreas de comunicación y asuntos públicos.

La publicación se estructura como una experiencia de aprendizaje de nivel profesional, accesible desde cualquier dispositivo, con un enfoque aplicado y orientado a la resolución de situaciones reales. Su objetivo no fue únicamente transmitir conocimiento, sino también contribuir a profesionalizar el campo de la consultoría en comunicación en el mundo hispanohablante, partiendo de herramientas concretas, ejemplos basados en la experiencia y una curaduría rigurosa de contenidos.

# Propuesta

La Certificación en Consultoría en Comunicación Empresarial fue diseñada como una publicación institucional multimedia, desarrollada por el equipo de INFOMEDIA. Su estructura articula una serie de recursos complementarios — vídeos, e-books, casos ficcionados, cápsulas con invitados especiales, plantillas y mentorías personalizadas— integrados de manera coherente en una plataforma online de navegación intuitiva.

Esta publicación aborda los principales aspectos del ejercicio profesional en consultoría organizados en tres capítulos. El primero introduce los fundamentos de la consultoría, los tipos de servicios que puede ofrecer un consultor, la construcción de marca personal y la importancia del networking como herramienta de posicionamiento. El segundo capítulo se enfoca en la estructura narrativa de los proyectos, los elementos esenciales del discurso profesional, el uso del modelo Canvas, el armado de propuestas comerciales y los criterios para presupuestar servicios de consultoría. Finalmente, el tercer capítulo desarrolla las etapas clave de la planificación en comunicación, desde el diagnóstico y la obtención de información, hasta el diseño, implementación y evaluación de un plan integral.

La certificación incluye doce videos protagonizados por consultores especializados, tres casos ficcionados que simulan situaciones reales de trabajo en consultoría, tres cápsulas con referentes invitados, tres e-books descargables con material teórico e inspiracional y múltiples templates modelo para el trabajo cotidiano (incluyendo agenda de reunión, planilla de presupuesto, presentación comercial, entre otros). Al finalizar el recorrido, los participantes deben presentar un trabajo final de modalidad práctica donde aplican los conocimientos adquiridos. Para acompañar esa instancia, se ofrece una mentoría individual sincrónica con un consultor del equipo, en función de la disponibilidad del estudiante.

# Ejecución

El desarrollo del plan comunicacional comenzó con la definición de la identidad visual y narrativa de la certificación, alineada con los valores institucionales de INFOMEDIA y con una estética moderna. Esta identidad permitió cohesionar todos los elementos de la publicación —videos, plantillas, e-books y recursos interactivos— bajo una misma lógica editorial, facilitando su percepción como una propuesta integral y profesional.

Una vez definido el marco visual y discursivo, se avanzó con la planificación de los contenidos y el diseño pedagógico de la certificación. Cada módulo fue construido con la participación directa de consultores de INFOMEDIA, quienes aportaron su experiencia en el diseño de casos simulados, entrevistas, textos y materiales de aplicación práctica. Se priorizó una estructura narrativa dinámica, que integrara teoría, ejemplos reales y herramientas listas para usar, con el objetivo de ofrecer una experiencia formativa profundamente conectada con el mundo laboral.

La estrategia de comunicación para el lanzamiento se basó en un enfoque multicanal, con fuerte presencia en Instagram, LinkedIn y TikTok. Los contenidos se adaptaron al lenguaje específico de cada red: en Instagram se optó por un tono cercano y visual, en LinkedIn se priorizó el perfil académico y profesional, mientras que en TikTok se exploraron cápsulas breves con formatos ágiles para captar la atención de públicos jóvenes.



Estas acciones orgánicas se complementaron con campañas pagas mediante Meta Ads e iCrowdNewsWire, que permitieron ampliar el alcance sin comprometer la coherencia del mensaje. También se implementaron acciones de comunicación directa mediante WhatsApp y campañas de email marketing, que facilitaron un vínculo personalizado con potenciales alumnos.

Paralelamente, se impulsó una estrategia institucional que incluyó convenios con la Comisión de Jóvenes del Consejo de Profesional de Relaciones Públicas y el Chapter de PRSSA UADE, lo que permitió consolidar legitimidad y ampliar el posicionamiento de la certificación en espacios de formación profesional reconocidos.



Durante la implementación del plan fue necesario introducir ajustes clave. Uno de los principales desafíos fue la elección de la plataforma. La primera versión de INFOMEDIA Academy se desarrolló en Kajabi, una herramienta orientada al mercado anglosajón. Sin embargo, la experiencia de usuario no resultó adecuada para el público argentino: el sistema de pago internacional generaba fricciones y la navegación presentaba barreras innecesarias. Ante esta situación, se decidió migrar a Go4clic, una plataforma regional que ofrecía una experiencia más intuitiva, integración directa con Mercado Pago y mejores funcionalidades para el seguimiento pedagógico.

## Conocé nuestra web

Además, luego del lanzamiento de la certificación, se identificó la necesidad de realizar un ajuste en términos de identidad visual. La propuesta original, de estilo más colorido e informal, fue reemplazada por una línea estética más sobria y profesional, en consonancia con el posicionamiento institucional de INFOMEDIA Academy y con las expectativas del público objetivo. Este cambio no fue meramente gráfico, sino que implicó una redefinición del tono visual de toda la comunicación de la academia. Se aplicó de forma integral en el rediseño de la plataforma web, en las piezas audiovisuales, en los materiales promocionales y en los contenidos compartidos en redes sociales generados a partir de ese momento. De este modo, se unificó la identidad institucional bajo un criterio de mayor formalidad y claridad visual, reforzando la percepción de calidad académica y consolidando la imagen de la certificación como una propuesta formativa seria, madura y profesional. Esta evolución estética también respondió a una estrategia más amplia de consolidación de marca, orientada a facilitar futuras alianzas institucionales y posicionarse como referente en formación en comunicación estratégica y asuntos públicos.

Otro aspecto crítico fue el enfoque conceptual de la campaña. El término “consultor”, eje inicial de los mensajes, no generó el interés esperado. Los testeos y primeras interacciones con potenciales estudiantes revelaron que se trataba de una noción abstracta, percibida como lejana o excesivamente técnica. A partir de ese aprendizaje, se redefinió el relato institucional: se desplazó el foco desde la figura del “consultor” hacia las habilidades prácticas y las salidas laborales concretas. En lugar de proponer “formarse como consultor”, los mensajes comenzaron a destacar que los cursos permiten aprender a interactuar con medios, preparar un vocero, diseñar un plan estratégico real, entre muchas otras cosas. Este cambio fortaleció la conexión con el público objetivo y generó un aumento significativo en los clics, las consultas y las inscripciones.

# Resultados

Los resultados digitales de la campaña de lanzamiento superaron las expectativas iniciales. Entre octubre de 2024 y abril de 2025, los contenidos publicados en las redes sociales de la academia generaron un total de 2.280.626 impresiones en entornos digitales, combinando acciones orgánicas y pagadas en redes sociales, buscadores y plataformas asociadas. Solo en Instagram se alcanzaron 77.171 cuentas únicas, con 1.235 visitas al perfil, indicadores que evidencian una evolución sostenida de la visibilidad institucional en un corto período de tiempo.

Estos resultados se lograron con una inversión publicitaria limitada, gracias a una estrategia de segmentación precisa, una producción de contenidos altamente optimizada y el aprovechamiento de alianzas institucionales clave. La adaptación del tono y los formatos a las particularidades de cada plataforma, sumada al enfoque narrativo centrado en habilidades prácticas y la alta frecuencia de publicación, permitieron mejorar notablemente las tasas de interacción, clics e interés por parte del público objetivo.

Durante esta primera etapa de implementación, la academia convocó a un total de 304 participantes, de los cuales 89 realizaron la Certificación en Consultoría de Comunicación Empresarial. Estas cifras, obtenidas con una estrategia mayormente orgánica, validan la efectividad de la narrativa propuesta, el atractivo de los contenidos y la pertinencia de los canales seleccionados.

El impacto cualitativo también fue relevante. La certificación logró posicionarse como una propuesta diferencial dentro del campo de la formación profesional, tanto por su enfoque aplicado como por su accesibilidad. La combinación de recursos teóricos, prácticos y experienciales fue destacada por los participantes en instancias de devolución, así como en intercambios con aliados académicos y profesionales.

# Proyecciones

La publicación institucional que representa esta certificación no constituye una acción aislada, sino el primer paso de una estrategia de expansión académica a largo plazo. Durante 2025, INFOMEDIA Academy prevé lanzar una serie de microlearnings que complementen los contenidos de la certificación, así como producir materiales conjuntos en el marco de nuevas alianzas con otras organizaciones y/o universidades.

También se planifican nuevas actividades conjuntas con aliados estratégicos como el Chapter PRSSA UADE y la Comisión de Jóvenes del Consejo Profesional de Relaciones Públicas, incluyendo charlas, newsletters y acciones de mentoría profesional destinadas a continuar fortaleciendo el vínculo con las juventudes del sector. A su vez, se proyecta ampliar este trabajo colaborativo a nivel regional, estableciendo vínculos con otros capítulos hispanohablantes de PRSSA en Latinoamérica, como los de Perú, México, Colombia y Puerto Rico. Estas conexiones permitirán potenciar la visibilidad internacional de la certificación, generar intercambios y fortalecer el posicionamiento de INFOMEDIA Academy en nuevos mercados.

Estas iniciativas consolidan la proyección de INFOMEDIA Academy como espacio editor y curador de contenidos estratégicos para la formación de profesionales en comunicación y asuntos públicos.



**INFOMEDIA**  
**Academy**

**¡Muchas gracias!**

