Categoría:

Categoría 7: Comunicación interna

Capítulo:

General

Título del Programa:

Vos sos el escudo

Programa de concientización y cambio cultural en ciberseguridad de Profertil

Nombre de la compañía:

Profertil

Departamento, área y asesores externos que desarrollaron el plan:

Personas, Cultura y Tecnología de Profertil y ¡Mg! Consultora

Persona/s responsable/s del plan de comunicación:

Martín Tomás y Paola Magario

Ante el crecimiento global de amenazas digitales y el contexto estratégico de Profertil, la compañía trabajó para que la ciberseguridad pase de ser un desafío técnico a un hito cultural. Mediante el Programa de Cultura de Seguridad de la Información lanzado en 2025, se concientizó de forma didáctica y lúdica a la nómina y contratistas bajo la premisa de que cada colaborador/a es la primera línea de defensa. El plan redujo los riesgos de ataques y consolidó la cultura del reporte activo, registrando 71 incidentes neutralizados por los/as usuarios/as a lo largo del año.

1. Introducción

Profertil produce y comercializa nutrientes para el agro desde su planta en Ingeniero White, Bahía Blanca, ubicada en uno de los parques industriales más importantes del país. La relevancia del negocio y su alta visibilidad exponen a la compañía a potenciales ciberdelitos.

Históricamente, la ciberseguridad corporativa consideraba al factor humano como el "eslabón más débil" y la comunicación interna concebía a los colaboradores como espectadores. Ante un contexto de digitalización acelerada y ataques sofisticados, Profertil decidió desafiar este paradigma e iniciar un profundo cambio cultural.

Aunque la empresa realizaba acciones de concientización desde 2010, la complejidad actual exigió una transformación de raíz: **pasar de una comunicación netamente técnica al empoderamiento de las personas**.

Bajo el concepto "información que cuida información", la estrategia dio un giro radical: los colaboradores se convirtieron en protagonistas de la prevención y en el "primer escudo" defensivo de la compañía.

Para materializar esta visión, durante 2024 se estructuró el marco estratégico del proyecto, definiendo objetivos que culminaron en el lanzamiento formal del **Programa de Cultura de Seguridad de la Información (Cultura SI)** a principios de 2025.

A través de un despliegue multiformato y un tono cercano, empático y disruptivo, Profertil llevó la ciberseguridad a las manos de cada integrante, demostrando que *el mejor antivirus es uno mismo*.

2. Propuesta de campaña

Objetivos

- Empoderar a las personas para que pasen de ser espectadores a protagonistas y el "primer escudo" defensivo de la compañía.
- Brindar información de calidad para proteger la vida digital tanto en el ámbito corporativo como en el hogar.

- Fomentar la alerta temprana, logrando que los equipos reporten llamadas sospechosas o incidentes lo antes posible.
- Garantizar un entorno digital sano y respetuoso, abordando la prevención del ciberacoso y cuidando el bienestar emocional de la gente.

Públicos

- **Público interno:** colaboradores/as y contratistas con acceso a los sistemas de Profertil.
- **Público externo con acceso:** personal tercerizado que interactúa con las redes dentro de la planta.
- **Entorno familiar:** como meta secundaria, el programa busca extenderse al hogar de cada trabajador/a para proteger su privacidad y la de sus dispositivos.

3. Desarrollo del plan

Para transformar a los usuarios en el "primer escudo" de la organización, el área de Personas, Cultura y Tecnología, junto al equipo técnico, diseñó una **campaña anual, escalonada y multiformato**. Bajo la premisa de brindar "*información que cuida información"*, las acciones incluyeron:

- 22 piezas gráficas (mailings, carteleras y piezas para redes internas);
- 8 talleres;
- 6 instancias de evaluaciones y trivias;
- 5 videos;
- 3 encuentros de gestión;
- 1 capacitación web obligatoria;
- merchandising con el sello y slogan de programa destinado a colaboradores/as que participaran de charlas online o en formato presencial: planchas de stickers con frases y tarjeteros anti-RFID.

La estrategia se ejecutó por etapas a lo largo de 2025.

El cimiento estratégico y rediseño (2024)

A partir de 2024, Profertil decidió darle un marco estratégico y formal a las acciones iniciadas en 2010. Así, en esta etapa preliminar se preparó el terreno:

- Se desarrollaron plantillas editables y ágiles para redes internas (formatos feed e historias) para estandarizar comunicados regulares y alertas urgentes.
- Se rediseñó la histórica capacitación transmedia bajo el nombre "Sos el Escudo", concepto central que articula el programa Cultura SI.
- Se creó la identidad visual unificada bajo el logo y claim: "*Seguridad de la información: Ciberseguridad al alcance de tu mano*".

*Lanzamiento oficial del programa **Cultura de Seguridad de la Información** (febrero 2025)*

La presentación oficial del programa tuvo lugar en el mes de febrero, aprovechando el hito del **Día de la Internet Segura.** Se realizó a través de un mailing interno en el que se presentó el programa y se anticipó el detalle de las actividades que tendrían lugar durante el año. El lanzamiento estuvo acompañado de la pieza audiovisual "Sé como Lucho", **un video humorístico que destacaba las buenas prácticas cotidianas** (contraseñas fuertes, verificación de enlaces, actualizaciones y doble factor de autenticación), marcando el **tono distendido y empático de la campaña**.

El programa también contempló el desarrollo de **charlas sincrónicas en modalidad taller**, pensadas como espacios para empoderar a las personas y brindar información de manera cercana.

Durante el primer semestre del año, se planificaron **30 acciones y se realizaron 9 comunicaciones no programadas** a través de mailing y la intranet corporativa (Pronet) con información sobre estafas, política de contraseñas, desarrollo de un caso de hackeo en WhatsApp y revisión de accesos a Teams. Para estos comunicados se utilizaron los templates editables trabajados en 2024.

Por fuera de las comunicaciones no programadas, las acciones calendarizadas para este período en el marco del programa fueron:

- **2 encuentros** virtuales con el **Consejo Asesor** vía Teams.
- **2 piezas audiovisuales** en el marco del “Día de la Internet Segura” y “Día Mundial del Back Up”.
- **4 mailings**: lanzamiento programa de Cultura SI, “Día de la Internet Segura”, información sobre ingeniería social e información para reincidentes.
- **Capacitación online “Sos el Escudo”**, con dos comunicaciones vía mailing: prelanzamiento y notificación de capacitación activa. El curso interactivo se realiza a través de las plataformas Certronic (personal externo) y Success Factors (personal interno), y aborda temas vinculados a las técnicas de ciberdelincuentes, cómo proteger los datos dentro y fuera de la compañía, el rol y la responsabilidad de cada persona en temas de seguridad y los canales para reportar incidentes o actividad sospechosa.
- **3 charlas en formato taller** sobre ciberseguridad en el hogar, seguridad aplicada a redes sociales y a correo electrónico/mensajería. También se realizaron dos charlas de refuerzo para reincidentes identificados en las simulaciones realizadas.
- **2 piezas publicadas en la intranet corporativa** en el marco de las efemérides “Día Mundial de la Contraseña” y “Stop Cyberbullying Day”. Sobre esta última comunicación, además de brindar recomendaciones, la compañía habilitó canales claros para pedir asistencia, priorizando el respeto y el bienestar psicológico de todo el equipo.
- **Piezas animadas en pantallas internas**.
- **1 evaluación de feedback**: formularios trimestrales aleatorios de opinión.
- **11 campañas de simulación enfocadas en pishing y ransomware** para entrenar a colaboradores en la identificación de patrones y cómo responder a este tipo de ataques que emplean ingeniería social.

El segundo semestre del año se enfocó en la prevención de amenazas complejas, con un total de **23 acciones calendarizadas y 2 comunicaciones no programadas** relacionadas al vishing.

- **2 piezas audiovisuales**: cómo proteger la información en viajes internacionales y modalidades de estafa telefónica.

- **4 mailings:** Día Internacional de la Seguridad de la Información; refuerzo de la capacitación “Sos el escudo”; comunicación de resultados y métricas obtenidos por los usuarios en 2025; y notificación de conexión automática a VPN sin contraseña.
- **3 charlas en formato taller** sobre estafas bancarias, seguridad aplicada a la inteligencia artificial y ciberseguridad industrial.
- **2 piezas publicadas en la intranet corporativa** con información sobre malware y cuidado de los dispositivos móviles corporativos y personales. Sobre esta última comunicación, se brindó también un protocolo claro de tres pasos en caso de robo o pérdida de equipos corporativos con acceso a información sensible.
- **Piezas animadas en pantallas internas**.
- **3 instancias de trivia**, con un sorteo entre quienes participaron.
- **2 evaluaciones de feedback**.

A pesar de tratarse de temas más técnicos en relación a los abordados durante el primer semestre, se continuó con el abordaje desde un lenguaje sencillo, derivando reportes inmediatos a la mesa de ayuda (InvGate).

Como refuerzo, se distribuyeron stickers con frases lúdicas que se instalaron en la cultura diaria: "Protejo mi clave como a mi matecito" o "Si te apuran... ¡Dudá!", por ejemplo.

La estrategia de comunicación por goteo y el formato disruptivo mantuvieron el involucramiento constante del personal, resultados reflejados directamente en las métricas de respuesta.

4. Resultados y evaluación

El programa demostró que **la ciberseguridad es un proceso cultural**. Con un **alcance de más de 720 personas en 2025**, el éxito de la campaña se refleja en los siguientes resultados:

- La **capacitación "Sos el escudo"** logró una participación del 79% en la nómina propia y un 9% en el personal externo. **El 92% de los participantes aprobó, y un 35% de ellos obtuvo puntaje perfecto**, evidenciando una asimilación orgánica en una población laboral heterogénea.
- El indicador más crítico fue el **paso a un rol defensivo activo**: usuarios/as detectaron y reportaron **71 incidentes directos al SOC** (58 correos en cuarentena, 10 intentos de phishing, 2 de spam y 1 de vishing), evidenciando la agudeza del personal para identificar amenazas sofisticadas en el día a día.
- El programa probó su efectividad ante situaciones críticas reales, como hackeos de WhatsApp o intentos de vishing externos vinculados a desinformación por la coyuntura de la empresa, los cuales fueron bloqueados gracias al reporte inmediato.
- Las evaluaciones anónimas confirmaron que **el personal modificó conscientemente sus conductas digitales tanto en la oficina como en sus hogares**.

Profertil logró desplazar el paradigma tradicional: **el "riesgo humano" se transformó en el activo defensivo más robusto de la organización**. La estrategia **pedagógica, lúdica y sostenida** bajo el ala del **programa de Cultura SI** no solo resguardó la información corporativa ante amenazas globales, sino que otorgó al capital humano una madurez digital irreversible y herramientas de autocuidado para su vida diaria (uso de IA, protección de dispositivos y tarjetas).

En vísperas de su 25° aniversario y frente a grandes proyectos de expansión, Profertil demostró que una cultura corporativa consciente y responsable es la única garantía real para asegurar la continuidad operacional, proteger la información y sostener la confianza de los accionistas hacia el futuro.