



UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE SALTA

## TRABAJO FINAL DE GRADO

---

Memoria Final “IDEAL”

**Carrera:** Relaciones Públicas e Institucionales

**Año:** 4°

**Profesora:** María Dolores Uriburu

**Alumna:** Nayra Anahí Illanes

**AÑO:** 2020

# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

## Índice

INTRODUCCIÓN.....	3
PRÁCTICA PROFESIONAL: TRAYECTORIA.....	3
Primera Reunión .....	4
Calendarización de las Actividades .....	4
INSTITUCIONAL .....	7
Misión .....	7
Visión .....	7
Valores .....	7
Objetivos de la Empresa.....	8
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos .....	8
Objetivos personales .....	8
Objetivos generales.....	8
Objetivos específicos .....	8
Contexto.....	9
Descripción del Contexto Histórico.....	9
PRESENTACIÓN, DESCRIPCIÓN Y FUNDAMENTACIÓN DE LA EXPERIENCIA RELEVANTE.....	10
Protocolos de Bioseguridad .....	11
Acciones .....	13
Plan de Acciones 2020 .....	14
Hockey Inclusivo .....	21
ENCUESTAS ANALIZADAS.....	22
“El empleado IDEAL” .....	22
“Encuesta Envasada”.....	24
REFLEXION CRÍTICA DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL.....	28
PRÁCTICA PROFESIONAL: TESTIMONIO .....	31
ANEXOS .....	32
Anexo 1 .....	32
Anexo 2 .....	33
Anexo 3 .....	34

# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

## INTRODUCCIÓN

La siguiente memoria está basada en la práctica profesional realizada en las instalaciones de la empresa Agua y Soda Ideal S.R.L ubicada en la calle Martín Cornejo 1351, Salta (Capital). La misma tendrá una recopilación de experiencias adquiridas durante el proceso de aprendizaje.

El transcurso de la misma se realizó en el contexto de una pandemia asistiendo de manera presencial y también de manera Home Office, a fin de regularizar la materia Trabajo Final de Graduación, materia a cargo de la Prof. María Dolores Uriburu. Esta oportunidad de trabajo fue posibilitada a través de un convenio realizado entre la empresa de Agua y Soda IDEAL y la alumna, Nayra Anahí Illanes.

El objetivo de esta memoria es demostrar el paso por la empresa y el valor diferencial que se pudo aplicar en el lugar, ilustrando un escenario laboral real y dando a conocer todas las actividades desarrolladas durante el tiempo de la cursada.

## PRÁCTICA PROFESIONAL: TRAYECTORIA

El inicio de las praxis comenzó el día 31 de agosto de 2020 finalizando el 09 de noviembre de 2020 en las instalaciones de Agua y Soda Ideal con una carga horaria de 200 horas cátedras, de lunes a viernes de 8.30 am a 12.30 pm.

Al encontrarnos en una crisis sanitaria a nivel global y nacional, el desarrollo de mis tareas tuvo que amoldarse a la virtualidad durante las últimas semanas, haciéndolo de modo Home office.

# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

## Primera Reunión

La primera reunión se realizó el día 28 de agosto de 2020 junto con una de las Gerentes Generales, CPN Gabriela Mendoza. En la misma, conversamos y discutimos los términos de la Práctica Profesional, pactando los términos y su papel como Tutora de la actividad.



*(Gerentes Generales)*

El lunes 31 de agosto inicié mi labor en la empresa, allí, mi tutora me llevó a conocer las oficinas administrativas de la institución y consecutivo a ello, me hicieron un recorrido guiado por



la fábrica en donde pude conocer toda la línea de producción y logística de distribución de los productos.

Posterior a esto, volvimos a tener una reunión con la Gerente General en la cual conversamos mis tareas y responsabilidades que tendría en mi puesto.

## Calendarización de las Actividades

SEMANA / MES	AGOSTO / SEPTIEMBRE
Primera semana	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conocer la empresa en la parte institucional: MISION, VISION, VALORES Y PLAN ESTRATÉGICO, como así también las distintas áreas de trabajo.</li><li>• Definir los objetivos de los cuestionarios para obtener de allí datos relevantes que nos permitan determinar dónde se encuentra posicionada la empresa.</li><li>• Analizar los protocolos de bioseguridad de la empresa y si</li></ul>

# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

	<p>responden a los dictados por el Ministerio de Salud.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Conocer los medios de comunicación actuales, su impacto en el medio y considerar cuáles serían los más indicados para las encuestas</li></ul>
<b>Segunda semana</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Re-evaluación de protocolos de bioseguridad</li><li>• Estudio de la Misión / Visión de la empresa</li><li>• Redacción del Manual de Crisis</li></ul>
<b>Tercera semana</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fiesta del Milagro (14 y 15)</li><li>• Presentación del Manual de Crisis</li><li>• Difusión de la encuesta “El empleado Ideal”</li></ul>
<b>Cuarta semana</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Difusión de la encuesta “El empleado Ideal”</li><li>• Planificación de presentación de redes sociales.</li><li>• Estudio de acciones de RSE.</li></ul>

<b>SEMANA/MES</b>	<b>SEPTIEMBRE / OCTUBRE</b>
<b>Primera semana</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cierre de encuesta interna y Apertura de encuesta de mercado</li><li>• Preparación de la presentación “Mi mundo ideal”</li></ul>
<b>Segunda semana</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Presentación “Mi mundo ideal”</li><li>• Estudio de aplicación de la propuesta y las nuevas ideas</li></ul>

# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

	surgidas.
<b>Tercera semana</b>	Charlas con los responsables del: <ul style="list-style-type: none"><li>• Centro Cultural América</li><li>• Secretaría de Haciendas (Secretaría de Contrataciones – Municipalidad de la ciudad de Salta)</li><li>• Club Deportivo Popeye</li></ul>
<b>Cuarta Semana</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Investigación y presentación de “Hockey Inclusivo”</li><li>• Re-evaluación de encuesta de imagen corporativa y posicionamiento de la marca “Ideal”.</li><li>• Difusión “Encuesta envasada”</li></ul>
<b>Quinta semana</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Difusión “encuesta envasada</li><li>• Difusión del proyecto “Hockey inclusivo” a:<ul style="list-style-type: none"><li>- Edesa</li><li>- Farmacia Familiar</li></ul></li></ul>

<b>SEMANA / MES</b>	<b>NOVIEMBRE</b>
<b>Primera semana</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cierre de “Encuesta envasada”</li><li>• Análisis de datos y redacción de informe final.</li></ul>
<b>Segunda semana</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Presentación final de Informe</li></ul>

# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

## INSTITUCIONAL

Al inicio de las prácticas, la empresa no tenía expresada su Misión / Visión ni Valores, es así que tras unos días de investigación se realizó una reunión presentando distintas alternativas para que los gerentes pudieran considerar con cuál sentían más afinidad o representaba mejor la historia y filosofía de trabajo de la empresa, quedando establecidas las siguientes opciones:

### Misión

Somos una empresa familiar de Salta y desde 1976 nos dedicamos a la extracción, tratamiento, envasado, distribución y comercialización de aguas mineralizadas y sodas, producidas con los más altos estándares de calidad tanto para el consumo familiar o empresarial.

### Visión

Ser la empresa líder en Salta que satisfaga las exigencias de nuestros clientes con un fuerte compromiso en la excelencia del servicio, la calidad de productos y la innovación tecnológica que propicie un crecimiento sustentable.

### Valores

Con una trayectoria de 44 años en el mercado salteño, consideramos muy importante los valores que tenemos con nuestra familia IDEAL, los cuales son:

- Compromiso
- Esfuerzo
- Responsabilidad
- Honestidad
- Respeto

# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

## Objetivos de la Empresa

### Objetivo general

- Lograr expandirnos a todo el territorio salteño siendo la empresa líder en la fabricación y comercialización de aguas minerales.
- Ser una empresa altamente tecnologizada con capacidad de expandirse a toda la provincia de Salta, mejorando así la logística de la empresa.

### Objetivos específicos

- Expandir la ruta de distribución de los productos de Agua y Soda Ideal.
- Generar nuevos vínculos en distintos puntos de la provincia.
- Mejorar los vehículos de transporte, maquinaria de producción y medios de comunicación.

## Objetivos personales

### Objetivos generales

Desarrollar y potenciar todas las habilidades aprendidas en la carrera por medio de la experiencia laboral.

### Objetivos específicos

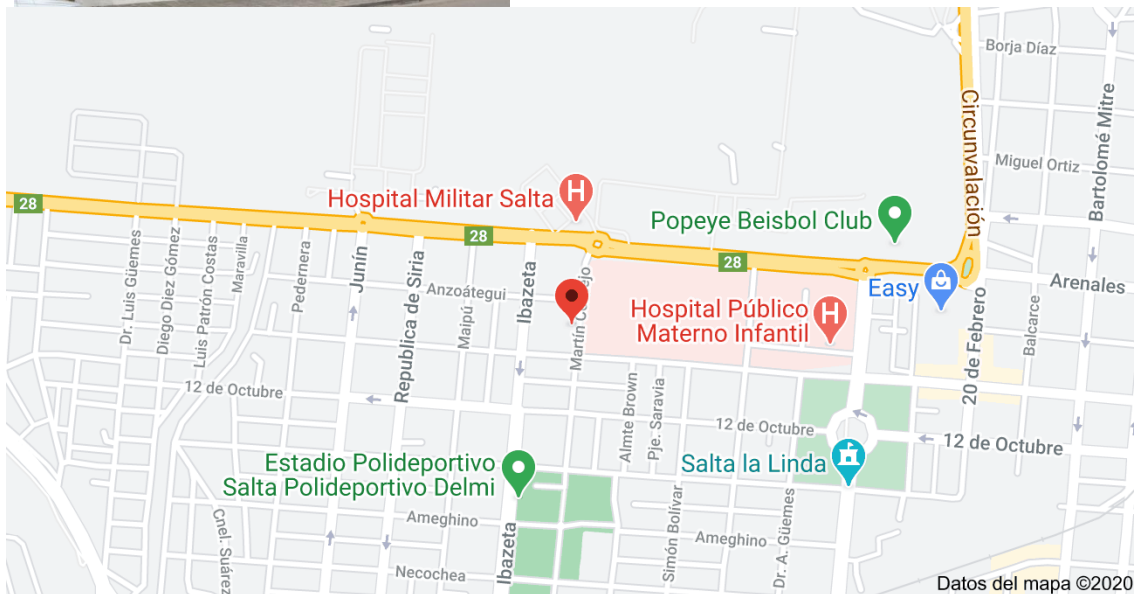
- Crear propuestas de proyectos en el área de RSE.
- Ser un medio de información ante situaciones de crisis.
- Desarrollar un plan de comunicación internación.

# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

## Contexto

Como mencioné anteriormente, el desarrollo de la práctica profesional lo realicé parte del tiempo en las instalaciones de Agua y Soda Ideal S.R.L, ubicada en la calle Martín Cornejo 1351. Ya para las últimas semanas de la práctica a razón de la “Fase 1” que dictó el gobierno de la provincia, culminé mis horas de manera Home office.



## Descripción del Contexto Histórico

Agua y Soda Ideal es una empresa familiar que fue fundada en 1.976 como un ambicioso proyecto salteño. Desde su origen, su finalidad ha sido ofrecer agua embotellada y soda en sifones de alta calidad.

Esta empresa, extrae el agua de un pozo propio de 115 metros de profundidad en la napa azul, de alta pureza y esterilidad, y se



# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

somete a distintos procesos de purificación tales como: ozonización, filtración, mineralización y esterilización para lograr un producto de excelente calidad. Es por ello que, por sus excelentes cualidades físicas químicas, Agua de Mesa Ideal, está especialmente recomendada para acompañar dietas que requieren bajo contenido de Sodio.

## **PRESENTACIÓN, DESCRIPCIÓN Y FUNDAMENTACIÓN DE LA EXPERIENCIA RELEVANTE**

Al inicio de las actividades en la empresa se inició con un trabajo de diagnóstico y observación con el objetivo de identificar como se encontraba posicionada la empresa tanto para los consumidores y los públicos externos como así también para el público interno. En esta tarea, se recaudó información de distintas maneras como ser: charlas con los distintos empleados, observación de los espacios de trabajos y a través de distintas encuestas.

Por otro lado, al estar insertos en una pandemia que afecta a toda la población, se empezó a estudiar los protocolos de la empresa con el fin de prepararse ante una posible crisis dentro de la empresa y lograr que esta afecte en menor medida en lo que sería la imagen pública de la organización.

Por último, para potenciar la imagen de la empresa se estudió como se encontraban las redes sociales de la misma con el objetivo de atraer nuevos clientes y fidelizar los mismos.

Con toda esta información recolectada a partir de encuestas de satisfacción de clientes y de posicionamiento de la marca nos permitirá determinar cuáles serán nuestros objetivos a corto y largo plazo.

# Trabajo Final de Grado

Nayra Anahí Illanes

## Protocolos de Bioseguridad

Al iniciar mis tareas en la empresa, se me presentaron los distintos protocolos que tenía la empresa el cual, uno ya se encontraba difundido y otro aún no. Esto permitió que pueda leerlos y estudiarlos para que así pudiera añadirle información que faltara.

Finalizando esta tarea, se redactó un modelo para ser presentado en el Ministerio de Producción y Desarrollo Sustentable junto a dos Anexos que son de cada área de la empresa. En ellos se redactó todos los protocolos que se deberán seguir desde el momento que entran a la empresa hasta como saber si es que son considerados “casos estrechos”.

Protocolos iniciales:

AGUA Y SODA IDEAL

P-PV-01 – SALIDAS-VUELTAS REPARTOS

Fecha	Revisión	Descripción / Modificaciones
31/07/2020	00	Edición Inicial

Elaborado por: Roberto Valdés	Revisado por: Roberto Valdés	Aprobado por: Matías Mendoza
Fecha: 30/07/2020	Fecha: 30/07/2020	Fecha: 30/07/2020

ACTUALIZACION  
DEL  
PROTOCOLO DE HIGIENE Y  
SEGURIDAD EN EL TRABAJO  
MARCO EMERGENCIA  
PANDEMIA CORONAVIRUS  
COVID -19

SODA IDEAL

Martin Cornejo N° 1.351 - Salta

SODA IDEAL S.R.L.  
CUIT N° 30-640379992-4

Fecha de confección:  
04-09-2020

CP CONSULTORIA EMPRESARIAL  
S.R.L. (Incorporada)

Pro. Peña Saravia 963 - Salta Capital      Cui: 0387-4326076 / 0387-4330793  
Email: consultoria@sodaideal.com.ar      Socios: Lic. Guillermina Fernández Bravo  
Tel: 0387 4362735      Lic. Fernando de Jesús Bravo

Procedimiento frente al Covid-19 para el área de producción.

**Objetivo**  
Determinar medidas y recomendaciones de distanciamiento social, protección e higiene personal para prevenir el contagio del virus Covid-19.

**Alcance**

- Encargado de producción;
- Encargado de playa;
- Encargado de mantenimiento;
- Operarios de producción;
- Operario de mantenimiento;
- Chofer de larga distancia;
- Mecánico en general
- Ayudantes de playa

**Consideraciones generales**  
La Organización Mundial de la Salud recomienda lo siguiente:

**Mantenga el distanciamiento social**  
Mantenga al menos 1 metro (3 pies) de distancia entre usted y los demás personas, particularmente aquellas que tosan, estornuden y tengan fiebre.  
(¿Por qué? Cuando alguien con una enfermedad respiratoria, como la infección por el 2019-nCoV, tose o estornuda, proyecta pequeñas gotículas que contienen el virus. Si está demasiado cerca, puede inhalar el virus.)

**Responsabilidades**

- La Dirección sobre los encargados;
- Encargado de producción sobre los operarios
- Encargado de playa sobre el chofer de larga distancia; mecánico en general y ayudantes de playa.

**Materiales**

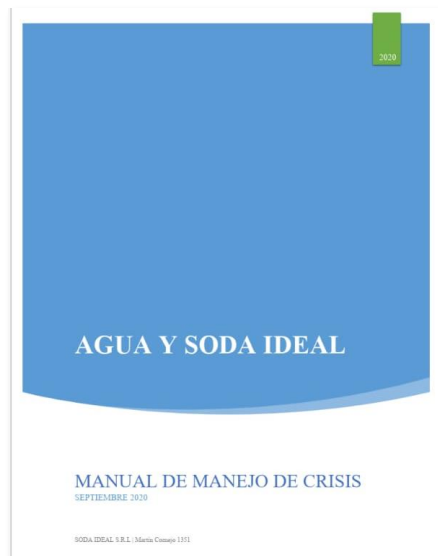
- Tapabocas individuales;
- Cartelería para el uso obligatorio de alcohol en gel y correcto lavado de manos;
- División de espacios de desplazamientos;
- Dispensers de desinfectante en gel a base de alcohol;
- Lavatorio de manos y jabón líquido;

# Trabajo Final de Grado

Nayra Anahí Illanes

Modificación de protocolos:

- Ministerio de producción y desarrollo sustentable
- Protocolos de bioseguridad para cada área de la empresa.
- Manual de crisis



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE SALTA Ministerio de Producción y Desarrollo Sustentable	PROTOCOLO Gestión del COVID-19	Fecha: 09/09/2020
<b>INDUSTRIA / SECTOR / ACTIVIDAD</b> Actividad Industrial - Sector Alimentos y Bebidas - Producción y distribución de agua y soda -		
<b>ENTIDAD / EMPRESA</b> SODA IDEAL S.R.L.		
<b>OBJETIVO</b> SODA IDEAL SRL (IDEAL), CUIT: 30-64037992-4, pone a disposición de toda persona que ingresa a las instalaciones de la empresa, el siguiente protocolo interno de actuación y prevención, que busca principalmente mitigar los efectos de la extensión de la enfermedad por Coronavirus (COVID-19), garantizando el bienestar y cuidado de la salud de nuestros trabajadores y terceros, mediante la implementación y difusión de acciones de prevención y seguridad -		
<b>ALCANCE</b> Este protocolo está dirigido principalmente a toda persona en relación de dependencias con SODA IDEAL, personal del Servicio de Seguridad Búlgar como a todo tercero que visite nuestras instalaciones sito en Av. Martín Cornejo 1351, siguiendo las actividades que SODA IDEAL desarrolla y que se encuentran autorizados a operar en el marco de la Emergencia Sanitaria declarada por el DNSU N° 260/20, y el Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio declarado por DNSU N° 297/20, y ampliatorias -		
<b>CARACTERÍSTICAS GENERALES DE COVID-19 DE ACUERDO A ORGANISMOS OFICIALES</b> <b>Modo de transmisión:</b> La transmisión interhumana se produce por vía aérea, mediante gotas que son expulsadas al hablar, tose o estornudar por la persona enferma y que alcanzan a una persona capaz de padecerla. Otro medio de transmisión del virus, son las manos u objetos manijados contaminados con secreciones, seguidos del contacto con la mucosa de la boca, nariz u ojos. <b>Periodo de incubación:</b> El periodo de incubación puede ser desde 2 hasta 14 días, lo cual podría variar según el caso. <b>Signos y síntomas:</b> Los síntomas del coronavirus (COVID-19) incluyen: <ul style="list-style-type: none"><li>• Malestar general</li><li>• Tos seca</li><li>• Dolor de garganta</li><li>• Fiebre</li><li>• Dificultad para respirar</li></ul> Sugerimos y promovemos el ampliar información mediante la lectura del siguiente sitio oficial: <a href="https://www.argentina.gob.ar/salud/coronavirus-covid-19">https://www.argentina.gob.ar/salud/coronavirus-covid-19</a>		

# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

## Acciones

Tras haber solucionado los problemas en cuanto a la gestión de riesgo del Covid-19 en la empresa. Comencé a evaluar que acciones podría desarrollar la empresa, por un lado prestando atención a las festividades profesionales y comerciales, pero poniendo más atención en la Responsabilidad Social Empresarial y también por su Mes aniversario que tendría lugar durante todo el mes de octubre.

- Calendario Comercial, Profesional y Festividades



Todo lo descripto anteriormente nos permitió generar un plan de acciones a implementar el que no sólo se base en actividades y tareas que se pueden realizar sino que también esté focalizado en generar nuevos vínculos con distintas organizaciones tanto privadas como públicas.

# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

Es por ello que durante dos semanas realicé diferentes investigaciones analizando posibles escenarios y estrategias de comunicación que pudieran ser factibles con los ideales de la empresa y su comunidad.


En primera instancia, para lograr los objetivos que deseaba alcanzar debía contactarme con distintos programadores web, solicitarles un presupuesto y armar un plan de acciones para presentar a los gerentes para que pudieran elegir cual les agradaba más. Ésta página web serviría de base para toda la propuesta que se desarrollaría en el futuro ya que en ella se volcaría todo el material de las acciones que se realizaría y se presentaría como una nueva plataforma modernizada y atractiva para sus clientes.

## **Plan de Acciones 2020**

Posterior a la tarea anterior, comencé a armar *el Plan de Acciones 2020* conjuntamente con la agencia de publicidad y diseño gráfico “Hospital Creativo” que presta sus servicios desde hace varios años a la empresa Soda IDEAL, como resultado dividimos de la siguiente forma para poder presentarlo y explicarlo a los gerentes:

# Trabajo Final de Grado

Nayra Anahí Illanes



**HOSPITALCREATIVO**  
Hola! El primer paso para iniciar una comunicación saludable.

---

LVN 020 **Acciones Agua y Soda Ideal 2020 – 2do Semestre**

Fecha de Emisión | 28 de Septiembre de 2020  
Solicitado por | Gabriela Mendoza | Agua y Soda IDEAL

Detalles

**01 PLATAFORMAS DIGITALES**

**01.a: Página WEB**

- ¿Quién tiene registrado el dominio de "soda.com.ar"?
- ¿Quién es el proveedor del hosting (espacio en la web), cuál es el costo?
- ¿Quién administra la página web?

Necesitamos completar la página web con contenidos:

- INSTITUCIONAL: Misión, Visión, Valores, Reseña histórica, Vinculación con la comunidad (RSE)
- CLIENTES: Mencionar GRANDES clientes
- SERVICIOS: Diferenciar el servicio de "pre-venta" (comercios) y el de "venta directa" (familia / empresas)
- PRODUCTOS: Actualizar fotos de productos y acompañar con descripción

**01.b: Redes Sociales**


- ¿Quién administra Facebook?
- Activar Instagram
- Activar WhatsApp Business
- Activar YouTube
- Activar Google Ads
- Vincular con página web

**02 COVID-19**

**02.a: Protocolos**

- ¿Están definidos y comunicados los protocolos de bioseguridad para el personal interno? (Administrativos, Producción, Repartidores).
- ¿Están definidos y comunicados los protocolos de bioseguridad para el contacto con los clientes? (Familia, Comercio, Empresas).
- ¿Quién provee los elementos de bioseguridad al personal? (barbijos, alcohol en gel, guantes descartables, máscaras, mamelucos).

25 de Mayo 645 | Salta, Capital | CP 4400 | hospitalcreativo@hotmail.com



**HOSPITALCREATIVO**  
Hola! El primer paso para iniciar una comunicación saludable.

---

**02.b: Vínculos**

Fortalecer los siguientes vínculos para propiciar acciones de cooperación mutua:

**Gubernamentales**

- Ministerio de Salud de la Provincia y/o Secretaría de la Salud.
- Ministerio de Turismo y Deporte de la Provincia y/o Secretaría de Deportes.
- Municipalidad.
- Ejército Argentino.

**Salud**

- Hospital Materno Infantil.
- Hospital Militar.
- Fundación H.O.Pe. (Por cercanía)
- Centro Regional de Hemoterapia.

**Deportes**

- Clubes deportivos de mayor jerarquía (Central, GyT, Juventud).
- Club Popeye (Por cercanía)
- Gimnasios y/o profesionales de actividad física.

**03 ACCIONES**

- Definir fecha de inauguración de la empresa.
- MES Ideal: Dentro del marco del "Mes Aniversario" de la empresa, se realizarán las siguientes actividades:
  - Presentación la "Empresa Digital" (Nueva página web + redes) y el concepto de "Delivery Ideal" (Entregas programadas).
  - Promos / Sorteos
  - Contenidos para redes: Testimonios y/o imágenes alusivos a los 46 años de historia.
- GYM Ideal: Clases virtuales con profesora de gimnasia, las mismas quedarán grabadas en el canal de Ideal en Youtube.
- Interacción con los Consumidores / Repartidores. Por ej. que los niños dibujen a su sodero o escriban "mensajes en la botella", serán publicados en las redes y participan de un sorteo por XXXX
- MI MUNDO Ideal: Testimonios de personalidades u organizaciones que realizan actividades de bien público y serán publicadas como "micros" en el canal de Ideal en Youtube.
- DOCEÑA Ideal: Ofrecer a los comerciantes minoristas la "doceña de 13", por cada doceña recibe un adicional del producto sin cargo

25 de Mayo 645 | Salta, Capital | CP 4400 | hospitalcreativo@hotmail.com



**HOSPITALCREATIVO**  
Hola! El primer paso para iniciar una comunicación saludable.

- MI ALMACEN Ideal: Acompañar a los comercios minoristas con más antigüedad, acercando elementos de bioseguridad y promocionar su ubicación en las redes de Ideal (Foto del propietario, ubicación, punto de contacto para delivery).
- MI PLAZA Ideal: Recarga de agua para runners, juegos para niños, mesas de esparcimiento para adultos (material reciclado), depositario de tapitas y envases descartables
- MI MURO Ideal: Mural con tapitas juntadas por los vecinos, por cada XX tapitas recibirán XX de productos y esas tapitas serán utilizadas para decorar el muro de la fachada.

# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

En primer lugar colocamos la importancia de cambiar el formato de la página web y gestionar un buen manejo de sus redes sociales, ya que son dos plataformas que se encuentran mal manejadas y no se les da la relevancia que deben tener.

Por otro lado, los protocolos de bioseguridad, explicando y detallando los cambios que se hicieron sobre los mismo y la nueva metodología a seguir para compartir al público las medidas que se siguen en la empresa.

En tercer lugar, los vínculos, planteamos este punto a razón de las conferencias de prensa que se realizaron con el Gobernador de la provincia y el COE, en donde notamos que en la mesa en donde se encontraban tenían un vaso de agua y una botellita sin la etiqueta de marca, al mirar más de cerca pudimos notar que esas botellitas correspondían a Soda Ideal. Ideal posee un convenio con el gobierno en distribuirles agua en bidones y botellitas, y entonces nos preguntamos, ¿Por qué no aprovechar este momento de máxima exposición para hacer llegar a más públicos la marca? Es por ello que recalcamos la importancia de hacer nuevos vínculos no tan sólo con el gobierno sino que a través de un análisis de ubicación de la empresa se lo podría hacer con el Ejército Argentino, el Hospital Materno Infantil, la Fundación Hope y el Club Deportivo Popeye, por estar más próximos a la empresa.

Por último, presentamos el plan de acciones que se podrían desarrollar, todas enmarcadas dentro de la consigna “Mi mundo Ideal”. Esta propuesta fue planteada para poder dar un cimiento a todas las pequeñas acciones que la empresa sería capaz de realizar y darlas a conocer como su plan de Responsabilidad Social Empresarial.

Agua y Soda Ideal tienen como foco la salud y el medio ambiente, es por ello y que cambiaron el material de sus botellas y sifones para evitar generar más contaminación de plástico.

# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

Desde el punto de vista de la salud, al brindar un agua mineralizada está especialmente recomendada para acompañar dietas que requieren bajo contenido de Sodio por lo que es ideal para acompañar a aquellas personas que mantienen una vida deportiva y activa como para aquellas que necesitan cuidar más su salud.

Con esto en mente presentamos las siguientes propuestas:

- **MES IDEAL:**

Dentro del marco del “Mes Aniversario” de la empresa, se realizarán las siguientes actividades:

- Presentación la “Empresa Digital” (Nueva página web + redes)
- el concepto de “Delivery Ideal” (Entregas programadas).
- Promos / Sorteos
- Contenidos para redes: Testimonios y/o imágenes alusivos a los 46 años de historia.

- **GYM IDEAL:**

- Clases virtuales con profesor/a de gimnasia, las mismas quedarán grabadas en el canal de Ideal en Youtube.

- **INTERACCIÓN CON LOS CONSUMIDORES / REPARTIDORES:**

- Por ej. que los niños dibujen a su sodero o escriban “mensajes en la botella”, serán publicados en las redes y participan de un sorteo por XXXX.

- **MI MUNDO IDEAL:**

- Testimonios de personalidades u organizaciones que realizan actividades de bien público y serán publicadas como “micros” en el canal de Ideal en Youtube.

# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

- **DOCENA IDEAL:**

- Ofrecer a los comerciantes minoristas la “docena de 13”, por cada docena recibe un adicional del producto sin cargo

- **MI ALMACEN IDEAL:**

- Acompañar a los comercios minoristas con más antigüedad, acercando elementos de bioseguridad y promocionar su ubicación en las redes de Ideal (Foto del propietario, ubicación, punto de contacto para delivery).



- **MI PLAZA IDEAL:**

- Recarga de agua para runners, juegos para niños, mesas de esparcimiento para adultos (material reciclado), depositario de tapitas y envases descartables.

- **MI MURO IDEAL:**

- Mural con tapitas juntadas por los vecinos, por cada XX tapitas recibirán XX de productos y esas tapitas serán utilizadas para decorar el muro de la fachada.



# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

Todas estas propuestas fueron presentadas junto con la agencia Hospital Creativo en una reunión virtual debido a que en la provincia nos encontrábamos en “fase 1”. La reunión se llevó a cabo con Gabriela Mendoza, Gerente General de la empresa, y con Roberto Valdez, Jefe de área de distribución y por lado de la agencia se encontraba Sergio Mendoza, diseñador gráfico.

Para esta reunión, Sergio Mendoza permitió que pudiera encabezar la reunión para presentar todas las potenciales propuestas a desarrollar para que así el pudiera luego terminar de explicarlas y proponer un tiempo estimado de cada idea para desarrollarlo durante este segundo semestre.

A partir de esta reunión surgió una nueva variable de la cual no teníamos conocimiento que fue el hecho de que los vecinos de la zona en donde se encuentra la fábrica poseen una imagen negativa de la empresa. Es por ello que a partir de este nuevo descubrimiento y usándolo como palanca para iniciar el proyecto de “Mi mundo Ideal” comenzamos junto con la Gerente General a investigar a través de los vecinos el porqué su



descontento con la fabrica en donde el motivo se resumía que a causa de los camiones de reparto de la empresa la calle Anzoátegui, ubicada entre la calle Martín Cornejo e Ibazeta (única calle sin asfaltar de la zona), se encontraba destruida por el peso de estos camiones provocando además que en épocas de lluvia esa cuadra se convirtiera en una



# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

calle de agua y barro imposible de transitar.

Con esta nueva investigación nos pusimos en contacto con Ignacio Tonini<sup>1</sup>, jefe del área de contrataciones de la Secretaría de Hacienda, conversando la posibilidad de asfaltar esa cuadra y generar un convenio de ayuda mutua para futuros proyectos. A partir de ello, se empezó a gestionar los papeles correspondientes para poder llevar a cabo la tarea prevista.

Este tema nos permitió pensar en diversas alternativas de cómo dar solución a un problema como este y entre esas opciones, la idea del reciclaje se hizo presente nuevamente. A partir de varias investigaciones descubrimos calles y plazas creadas con “ecoladrillos”, una idea innovadora y que ayuda al medio ambiente.

Con esto en mente nos contactamos con Verónica Teruel<sup>2</sup>, encargada del Centro Cultural América para conversar sobre esta campaña de



concientización eco-ambiental que llevan a cabo en el que también participa un escultor, Rolando Quispe, quien realizó una muestra de figuras hechas de hierro de animales en peligro de extinción para acompañar este movimiento medioambiental.

---

<sup>1</sup> Ver anexo 1)

<sup>2</sup> (Ver anexo 2)

# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*



Este proyecto nos dio la idea de poder unirnos a este movimiento y crear un convenio con el Centro Cultural, la Municipalidad de Salta y el Ejército Argentino para hacer uso del espacio del Campo de la Cruz y con el Centro Vecinal 20 de Febrero para crear un movimiento de armado y recolección de estos “ecoladrillos”. Para lograr esto, también se propondrá al artista responsable de crear esas figuras de animales exponer sus obras por todo el Campo de la Cruz y que ellas sean utilizadas como puntos para recolectar estos “ecoladrillos”.

Tanto esta propuesta como las del *PLAN DE ACCION 2020*, se encuentran pendientes de aprobación por las distintas instituciones.

## Hockey Inclusivo

Como bien mencionamos anteriormente en el *PLAN DE ACCIONES 2020*, uno de los puntos era crear vínculos con el club “Popeye”. A raíz de esto, nos contactamos con una integrante del club, Luz María Gómez<sup>3</sup>, quien nos comentó de la nueva iniciativa que estaban llevando a cabo.



“Hockey inclusivo” es un programa que se viene desarrollando hace un tiempo en Buenos Aires del cual, Luz María Gómez jugadora de la primera de Popeye, tuvo la iniciativa de crearlo en conjunto con la Secretaría de Deportes de la provincia de Salta, en donde puso en marcha los entrenamientos para chicos y chicas con discapacidad intelectual (síndrome de Down, autismo y retraso madurativo).

---

<sup>3</sup> (Ver anexo 3)

# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

La empresa, queriendo formar parte del primer equipo inclusivo de Hockey aceptó apadrinar este equipo brindándoles pecheras deportivas, conos, aros y pelotas de juguete, elementos que la entrenadora nos comentó que le hacían falta para poder iniciar sus prácticas lo más antes posible.

## ENCUESTAS ANALIZADAS

### “El empleado IDEAL”

**Inicio:** 16/09/2020

**Canales de Difusión:** Difusión a través de Whatsapp por parte de los supervisores de área y enviadas personalmente.

**Alcance esperado:** 39 empleados

**Nivel de Respuesta:** Bajo

**Cierre:** 28/09/2020

**Encuestas recolectadas:** 18

Objetivos de la encuesta:

- Determinar el conocimiento de la Misión / Visión y los Valores de la empresa.
- Evaluar el nivel de conocimiento de los protocolos de Bioseguridad y su implementación.
- Estudiar los puestos de trabajos y tareas.

# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

## Análisis de datos

### Identidad interna

Según los datos recolectados se pudo analizar que los empleados no poseen un preciso conocimiento de la identidad empresarial, sobre todo aquellos de menor antigüedad, mientras que los más antiguos poseen una vaga idea de la visión institucional. Es por ello, que para proyectar una imagen positiva al público externo, primero se debe gestionar todo un proyecto de identidad interna que involucre a todos sus empleados. Este proyecto permitirá que se pueda re-evaluar el organigrama de la institución para luego ser comunicado a todas las. Esto también permitirá que el público interno desarrolle un sentimiento de pertenencia.

### Comunicación interna

En cuanto al organigrama, muchos de los empleados dicen conocerlo, pero al momento de identificar a una persona a quién recurrir por algún problema, la gran mayoría identifica a otra persona que no es su responsable de área. Esto muestra que en realidad no se conoce bien el organigrama ni los canales de mando que existen. Es por ello que como decía anteriormente, se debería re-evaluar el organigrama institucional y comunicarlo a todo el personal. Esto favorecerá en la disminución de las complicaciones en la comunicación y los errores que se puedan cometer.

Continuando con lo mencionado anteriormente, se puede observar que los dos medios más elegidos para el comunicado interno son las llamadas telefónicas y el whatsapp. Si bien son buenos canales de interacción, se pudo notar que en cuanto a las llamadas existen problemas en la recepción de mensajes ya que no quedan registrados y derivan a futuros malentendidos y errores. Es por ello que se insta a gestionar un proyecto comunicacional que permita dejar una constancia de lo dicho para evitar conflictos.

# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

## Protocolo COVID

Por otro lado, a raíz de la pandemia global, se tuvieron que gestionar soluciones más aceleradas por lo que era muy importante tener conocimiento del nivel de aceptación de estas medidas por parte de los empleados. Por lo tanto pudimos observar que un gran número de encuestados tiene conocimiento del protocolo de su área y se encuentran conforme con los elementos de bioseguridad otorgados. No obstante, se dejó constancia de la falta de un elemento muy importante para cuidar la salud higiénica de éstos, y es un baño adecuado con todos los elementos de higienización necesarios.

## Apreciaciones generales

El poder gestionar un proyecto comunicacional interno requiere de la participación de cada uno de los miembros de la institución por lo que al realizar esta primera encuesta se pudo notar la falta de compromiso y colaboración por parte de los empleados. No obstante, esto permitió identificar fortalezas y debilidades internas como así también sus oportunidades y amenazas externas.

Es muy importante tener presente las necesidades de los empleados ya que para gestionar una imagen externa positiva, primero se debe re-evaluar la imagen interna que viene por parte de todos los miembros de su organización.

## “Encuesta Envasada”

**Inicio:** 21/10/2020

### **Canales de Difusión:**

- Whatsapp
- Facebook
- Instagram

# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

**Alcance esperado:** 500-1000

**Nivel de Respuesta:** Medio-bajo

**Cierre:** 02/11/2020

**Encuestas recolectadas:** 443

**Filtro:** 313

**Objetivos de la encuesta:**

- Descubrir el posicionamiento competitivo que tiene dentro del segmento de las aguas envasadas y/o sodas.
- Definir el grado de lealtad y fidelidad a la marca.
- Determinar qué características comerciales son importantes para el encuestado.
- Detectar los canales de comunicación más efectivos.

**Análisis de datos**

**Segmentos**

Tras un estudio de los datos recopilados, se pudo observar una gran brecha entre aquellos públicos que la empresa considera relevante y otros que no tanto. Es por ello que entre el público mayor de 30 ocupa tan sólo el 27.7% de las encuestas realizadas, siendo el 19.3% mujeres y el 8.4% de hombres. Dentro de este segmento, se puede observar que las decisiones y opiniones son tomadas en mayor medida por las mujeres.

En otro segmento tenemos a un público más joven de entre 18 a 30 años quienes ocupan el 72.2% de las encuestas realizadas, de las cuales, mostraron una gran participación en la opinión del servicio de agua para sus hogares. Este grupo, está compuesto por un 50.1% de mujeres y un 22% de hombres. Aquí se puede notar un mayor nivel de decisión por parte del sexo femenino en cuanto al consumo de agua. Esto nos permite analizar que si bien el objetivo de la empresa está orientado

# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

al público mayor de 30, no habría que descuidar a este segmento joven que muestra un gran poder de decisión en la compra y consumo del agua para sus hogares.

## Posicionamiento

En cuanto al posicionamiento de la marca, la empresa se encuentra situada en el tercer lugar dentro de la mente de los consumidores. Esta ubicación se desprende dentro las 24 opciones de marcas que se registraron en las encuestas (Mencionamos las diez primeras).

LUGAR	MARCA
1°	Marinero / Ivess
2°	Villavicencio
3°	Agua y Soda Ideal
4°	Soda Mónica
5°	Talca
6°	Kin
7°	Soda Tres Cerritos
8°	Agua y Soda Cristian
9°	Aybal
10°	Nestlé

En primer lugar se encuentra Marinero / Ivess, el motivo que se pudo ver en las encuestas es que esta marca posee una gran disponibilidad del servicio en distintos puntos de ventas y la calidad del servicio.

En segundo lugar encontramos a Villavicencio, destacada por la calidad del agua y por encontrarse en todos los súper y almacenes de barrio.

En el tercer puesto nos encontramos con la empresa Ideal, quien fue destacada por su calidad de agua.

## Logística de Distribución

Respecto a la logística que se maneja con la distribución de agua embotella y soda, cabe señalar que al ser un servicio indispensable debería tener más

# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

disponibilidad en cualquier momento y expandir sus puntos de ventas. Esto se debe a que el 58.8% de los encuestados recibe su servicio de agua en su domicilio, al ser una la alternativa más cómoda para todas las personas. Pero, no obstante, el otro segmento importante es el de los consumidores que buscan el producto en supermercados y almacenes de barrios quienes ocupan el 41.2% de votos. Esto nos dice que puntos de ventas como éstos deberían ser considerados como parte de la estrategia de comercialización.

## Cualidades destacadas

Otro punto a destacar son las cualidades que ven las personas en una empresa en cuanto a su producto. A partir de la información obtenida, se puede identificar que las personas tienen como preferencias a la hora de hacer su compra, *la calidad de producto, el precio del mismo y su disponibilidad*. Ideal es caracterizado por su agua de calidad por lo cual, es un factor que debe darse a conocer constantemente para mostrar su valor diferencial. Por otro lado, el precio del producto con respecto a la competencia también representa un factor distintivo que permite poder llegar a distintos públicos. Y por último, en cuanto a la disponibilidad, es un ítem al que debe prestarle demasiada importancia ya que como mencioné anteriormente, un gran porcentaje de los encuestados termina determinando su consumo de agua por este punto, por lo que se debe replantear la logística de las entregas y analizar nuevos puntos de venta.

## Canales de Comunicación

Por último, un tema muy importante a tratar son los canales de comunicación. Según los datos de las encuestas, las personas se encuentran más predispuestas a recibir información de la empresa a través de los siguientes medios:

1. Whatsapp

# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

2. Instagram
3. Facebook
4. Pagina web

Todas estas plataformas permitirán a la empresa poder tener una mayor llegada a potenciales clientes y afianzar los existentes. Es por ello que hay que tener una gran presencia en redes ofreciendo promociones, informando novedades y creando lazos con todos los públicos. Todo esto favorecerá notablemente a la imagen institucional de la empresa.

## Apreciaciones generales

Para poder utilizar de manera provechosa todos los datos recolectados, se debería comenzar a elaborar un proyecto que promueva la imagen de la compañía de manera más positiva eso significaría que se debería comenzar a involucrarse en tareas de RSE con su comunidad y con el medio ambiente.

Por otro lado, mostrar a la organización de una manera más personal, sus orígenes, sus valores institucionales y porque ellos los diferencia de las otras empresas. Al encontrarnos en una era tan interconectada, es fundamental permitir a los públicos que tengan acceso a la empresa y hacerlos sentir parte de ella.

## REFLEXION CRÍTICA DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL

Llegando al final de esta Memoria de trabajo me gustaría comentar, de una manera más personal, mi paso por la empresa Soda Ideal y mi experiencia con la materia Trabajo Final de Graduación.

# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

Este es un año atípico para todos, a cada uno nos tocó vivirlo de manera diferente igualmente que a las empresas, que lucharon día a día para mantener sus puertas abiertas. Es por ello que conociendo el gran esfuerzo que hacen las empresas salteñas, me encuentro profundamente agradecida con Soda Ideal por dejarme formar parte de su equipo de trabajo ya que con la colaboración de mi tutora y la de todos los miembros de la empresa pude desarrollar con éxito mi práctica profesional.



Considero que toda labor realizada en una empresa es una gran experiencia ya que está permite que se pongan en praxis todos los conocimientos adquiridos en la carrera. Esta aplicación de conocimientos nos permite vivenciar desde el interior de una organización, las autoridades y su manejo con los empleados, los tiempos de trabajos de cada área como así también los esquemas de comunicación que se aplican. Al tener una mirada externa, me permitió poder visualizar cuales podrían ser las debilidades y fortalezas de la empresa y poder actuar sobre ellas junto a un equipo de trabajo.

La tarea a desarrollar en la organización claro que no fue sencilla, esto me llevó a conocer cuáles eran mis limitaciones y también cuales eran mis fortalezas, ya que un trabajo como el expuesto lleva meses de estudio, premeditación y aplicación. Es por eso que en mi corto tiempo en la empresa, conté con la colaboración de las diferentes áreas para poder acortar un trabajo de meses en tan solo un mes y medio.

# Trabajo Final de Grado

---

*Nayra Anahí Illanes*

En lo personal, a pesar del escaso tiempo en la organización, me alegra de haber estado en la empresa en un tiempo con tanta incertidumbre, ya que me demostró la capacidad que tiene cada institución en adaptarse a su contexto y como ello también es inicio a nuestras formas de trabajo.

Pienso que mi paso por la organización no solo fue fructífero para mi formación sino que también, a raíz de todas las ideas propuestas estas les servirán en un futuro para poder potenciar su empresa y generar en la mente del público salteño una imagen positiva de ellos.

# Trabajo Final de Grado

Nayra Anahí Illanes

## PRÁCTICA PROFESIONAL: TESTIMONIO



Salta, 11 de noviembre de 2020

A la Profesora Dolores Uriburu  
Relaciones Públicas e Institucionales  
Facultad de Economía y Administración  
Universidad Católica de Salta  
S \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ D:

Por la presente me dirijo a usted a fin de poner a su conocimiento el desempeño de la alumna Nayra Anahí Illanes quien participó en la empresa SODA IDEAL SRL durante un período de tres meses en el área Relaciones Públicas e Institucionales, con el objetivo de finalizar su trabajo de tesis, lo que hizo de una manera muy responsable y seria, colaborando y siendo muy importante su aporte para solucionar inconvenientes tanto de comunicación interna como externa de la empresa.

La alumna mostró siempre su predisposición para realizar las tareas que se le asignaron, destacando su proactividad en cuanto a dichas tareas, aportando nuevas ideas y replanteando la manera en realizarlas, lo cual se valora mucho en nuestra empresa.

Durante el primer mes lo realizó de manera presencial, viniendo a la empresa de lunes a viernes de 8 a 13, situación que no pudo mantenerse dado el Aislamiento Social y Preventivo decretado por la Pandemia, por lo cual se implementó el Home Office, siendo de igual manera efectiva su colaboración, ya que constantemente remitía los avances de sus informes a la empresa.

En conclusión, la alumna Nayra Anahí Illanes ha demostrado profesionalismo en sus informes presentados a la empresa, como así también quedaron las puertas abiertas de la misma para su futuro desarrollo profesional.

Sin otro particular, la saludo muy atentamente

C.P.N Gabriela Mendoza Paz

Socia- Soda Ideal SRL



Martin Cornejo 1351 - Tel. 0387 - 4310310  
e-mail: aguaysoda@sodaideal.com.ar  
A4400FHM Salta - Argentina

# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

## ANEXOS

### Anexo 1



Agua y Soda Ideal  
Martín Cornejo 1351, A4400 Salta  
0387 431-0310  
aguaysoda@sodaideal.com.ar

Salta, 13 de octubre de 2020

Señor Tonini Brandenburg, Ignacio  
Jefe de la Secretaria de Contrataciones  
Secretaria de Hacienda  
Municipalidad de Salta  
Vicente López 428, A4400 Salta  
S / D

Tengo el agrado de dirigirme a Usted con el fin de solicitarle tenga bien a través del área que representa, considerar el proyecto de urbanización (cordón cuneta y asfalto) de la calle Anzoategui al 1500, ubicada entre Ibazeta y Martín Cornejo. La misma, es un sector que en temporadas de lluvia provoca grandes acumulaciones de aguas y barro que dificulta el normal tránsito de vehículos y vecinos.

Cabe destacar que la presente solicitud ya fue elevada en gestiones anteriores y al día de la fecha nunca obtuvimos una respuesta favorable. Puntualmente, lo que estamos solicitando es su participación en este proyecto aportando la contratación de mano de obra y la maquinaria necesaria que redundará en beneficio de las familias que allí conviven.

Sin otro particular y en espera de una respuesta, me despido cordialmente.

Gabriela Mendoza  
Gerente General

# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

## Anexo 2



Agua y Soda Ideal  
Martín Cornejo 1351, A4400 Salta  
0387 431-0310  
aguaysoda@sodaideal.com.ar

Salta, 15 de octubre de 2020

Señora Teruel, Veronica  
Directora del Centro Cultural América  
Caseros 460, A4400 Salta  
S / D

Tengo el agrado de dirigirme a Usted con el fin de solicitarle tenga a bien considerar la posibilidad de gestionar a través del área que representa un proyecto de colaboración mutua, en relación a la creación y disposición de obras escultóricas que actúan como recolector y contenedor de "ecoladrillos", como la que se exhibió en las adyacencias de la puerta de ingreso del Centro Cultural.

Puntualmente solicitamos instalar estas esculturas en el predio del Campo de la Cruz, ubicado entre Marcelo T. de Alvear, Arenales, Aniceto Latorre y Martín Cornejo. A tal fin sugerimos que la temática de las esculturas este relacionada con algunos animales regionales en vía de extinción para potenciar el mensaje de conciencia ambiental. Con los "ecoladrillos" recolectados, nos comprometemos a construir una plaza ecológica en el mencionado predio para el disfrute de los vecinos de las zonas y las personas que se acercan a diario a realizar actividades físicas.

Sin otro particular y en espera de una respuesta, me despido cordialmente.

  
Gabriela Mendoza  
Gerente General

# Trabajo Final de Grado

*Nayra Anahí Illanes*

## Anexo 3



Agua y Soda Ideal  
Martín Cornejo 1351, A4400 Salta  
0387 431-0310  
aguaysoda@sodaideal.com.ar

Salta, 19 de octubre de 2020

Señorita Gomez, María Luz  
Coordinadora del equipo "Hockey Inclusivo"  
Gral. Arenales 960, A4400 Salta

De mi consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a Usted con el fin de solicitarle tenga a bien considerar la siguiente propuesta que tiene como única intención colaborar en el nuevo proyecto de "Hockey Inclusivo" para niños y jóvenes con capacidades diferentes que usted dirige. Vemos que este nuevo programa es muy beneficioso para la comunidad de Salta por todo el trabajo de integración social y contención.

Es por ese motivo que en representación de la empresa Agua y Soda Ideal deseamos contribuir y apadrinar esta feliz iniciativa para que continúe desarrollándose de manera eficiente. Por lo tanto, si es que usted aceptara, agradeceríamos que nos pueda compartir cuáles recursos y/o elementos necesitarían para poder realizar sus prácticas normalmente.

Sin otro particular y en espera de una respuesta, me despido cordialmente.

Gabriela Mendoza  
Gerente General