

Innovative driving marketing for a better world

The emergence of social proposals in pandemic times

18 novembro 2020

organização



A Associação Internacional de Marketing Público e Não Lucrativo (AIMPN/IAPNM), em colaboração com a Escola Superior de Ciências Empresariais do Instituto Politécnico de Setúbal (ESCE-IPS), organizaram o XII International Congress on Teaching Cases Related to Public and Nonprofit Marketing, com o tema **"Innovative Driving Marketing for a Better World. The Emergence of Social Proposals in Pandemic Times"**. O Congresso realizou-se a 18 de dezembro de 2020 a partir de Setúbal (Portugal) em formato virtual através da plataforma Zoom.

No âmbito deste congresso foram abordados vários temas:

- Responsabilidade social empresarial e sustentabilidade
- Marketing verde
- Marketing social
- Empreendedorismo social e inovação social
- Modelos de negócio sustentáveis com impacto social
- Marketing público e político
- Marketing sem fins lucrativos
- Digitalização e marketing com impacto social
- Competitividade empresarial e coesão social numa perspetiva de marketing territorial
- Economia social voltada para soluções inovadoras

Os 108 casos apresentados no congresso foram organizados em 10 sessões síncronas, para além de uma sessão assíncrona que possibilitou a participação de vários trabalhos através de vídeos. O Congresso, de tradição luso-espanhola, teve 292 participantes, 133 de Universidades de Espanha e 124 de Universidades de Portugal, mas também ainda 11 da Argentina, 10 do Equador, 7 do México, 3 do Brasil, 2 da Colômbia, 1 da Holanda e 1 do Paquistão. Entre os participantes houve também alguns alunos de programas de intercâmbio Erasmus de países como França e Alemanha.

O Congresso teve ainda duas sessões plenárias. Uma na abertura com a apresentação do livro: *"Case Studies on Social Marketing A Global Perspective"* (Galan-Ladero, M. Mercedes & Alves, Helena, Eds.). Esta sessão teve também a partilha de um estudo intitulado *"Facing COVID-19 pandemic: Results from a national survey on the Portuguese nonprofit sector"*, apresentado por Márcia Santos, do Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal. A outra sessão plenária foi realizada no encerramento, com a participação de Enoque Raposo da Universidade de Roraima no Brasil com o tema: *"Desafios contemporâneos: Arte, autonomia e gestão de território dos povos indígenas"*.

Importa ainda referir que este Congresso contou sobretudo com casos realizados por estudantes supervisionados por professores, tendo sido para muitos estudantes a primeira oportunidade para participarem num evento internacional, o que se revestiu de particular relevância sendo uma mais valia não apenas pelo seu potencial científico, mas também pela sua abrangência e dimensão pedagógica.

XII Comissão Organizadora do International Congress on Teaching Cases Related to Public and Nonprofit Marketing

Setúbal, 4 de Janeiro de 2021

Título	XII Congresso Internacional de Casos Docentes em Marketing Público e Não Lucrativo: <i>Innovative driving marketing for a better world. The emergence of social proposals in pandemic times</i> (Proceedings)
Local	Escola Superior de Ciências Empresariais do Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
Data de realização	18 de dezembro de 2020
Editores	Luísa Cagica Carvalho, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal (Presidente da Comissão Organizadora) Ana Lanero-Carrizo, Universidade de Leon, Espanha Duarte Xara-Brasil, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal José Luis Vázquez-Burguete, Universidade de Leon, Espanha M. Isabel Sanchez-Hernandez, Universidade de Extremadura, Espanha Paulo Silveira, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal Sandrina Moreira, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal Susana Galvão, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal Vítor Barbosa, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
Capa e paginação	Susana Galvão
Disponível em	http://hdl.handle.net/10400.26/36120
Mês/Ano	Abril de 2021
ISBN	978-989-54631-9-0

Comissão Organizadora

Luísa Cagica Carvalho, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
(Presidente da Comissão Organizadora)

Ana Lanero-Carrizo, Universidade de Leon, Espanha

Duarte Xara-Brasil, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal

M. Isabel Sánchez-Hernández, Universidade de Extremadura, Espanha

Paulo Silveira, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal

Sandrina Moreira, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal

Susana Galvão, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal

Vítor Barbosa, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal

Comissão Científica

Ana Lanero-Carrizo, Universidade de Leon, Espanha

Arminda Paço, Universidade da Beira Interior, Portugal

Duarte Xara-Brasil, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal

Helena Alves, Universidade da Beira Interior, Portugal

José Luis Vázquez-Burguete, Universidade de León, Espanha

Luis Ignacio Álvarez González, Universidade de Oviedo

Luísa Cagica Carvalho, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal

M. Isabel Sánchez-Hernández, Universidade de Extremadura, Espanha

Marisa Ferreira, Instituto Politécnico do Porto, Portugal

Paulo Silveira, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal

Sandrina Moreira, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal

Susana Galvão, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal

Vítor Barbosa, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal

Comissão Científica -Tutores

- Alba García Milón, Universidad de La Rioja, España
- Alexandra Braga, Politécnico do Porto, Portugal
- Álvaro Pérez González, Universidad Técnica del Norte, Ecuador
- Amélia Carvalho, Politécnico do Porto, Portugal
- Ana Lanero Carrizo, Universidad de León, España
- Aritza López de Guereño Zarraga, Universidad del País Vasco - Euskal Herriko Unibertsitatea, España
- Arminda do Paço, Universidade da Beira Interior, Portugal
- Azucena Penelas Leguía, Universidad de Alcalá, España
- Beñat Urrutikoetxea, Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, España
- Beñat Urrutikoetxea Arrieta, Universidad del País Vasco -Euskal Herriko Unibertsitatea / Mondragon Unibertsitatea, España
- Boguslaw Sardinha, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
- Carlos Cardoso, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
- Carlos Mata, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
- Carmen Hidalgo-Alcázar, Universidad de León, España
- César Sahelices Pinto, Universidad de León, España
- Clara Silveira, Instituto Politécnico da Guarda, Portugal
- Clementina Galera-Casquet, University of Extremadura, Spain
- Cristina Gaona, Universidad de La Rioja, Universitat Politècnica de València, España
- Cristina Olarte Pascual, Universidad de La Rioja, España
- David Abril Pérez, Universidad de León, España
- Dolores Gallardo Vázquez, Universidad de Extremadura, España
- Edy Lorena Burbano Vallejo, Universidad de San Buenaventura Cali, Colômbia
- Enrique Carlos Bianchi, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina
- Estela Núñez Barriopedro, Universidad de Alcalá, España
- Inna Paiva, Instituto Universitário de Lisboa, Portugal
- Iván Fernández González, Universidad de Alcalá, España
- José Luis Vázquez Burguete, Universidad de León, España
- Juan Miguel Rey-Pino, Universidad de Granada, España
- Julio Daza Izquierdo, Universidad de Plasencia, España
- Leonilde Reis, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
- Luciana Oliveira, Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto, Portugal
- Lucirene Rangel Lyne, Universidad Autónoma de Tamaulipas - Universidad del Noreste, México
- Luis Enrique Valdez Juárez, Instituto Tecnológico de Sonora, México
- Luis Manuel Cerdá Suárez, Universidad Autónoma de Baja California, México
- Luísa Cagica Carvalho, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
- M. Isabel Sánchez-Hernández, University of Extremadura, Spain
- Magda Lizet Ochoa Hernández, Universidad Autónoma de Tamaulipas, México
- María Alesanco Llorente, Universidad de La Rioja, España
- Maria Antónia Rodrigues, Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto, Portugal
- María Manuela Palacios-González, Universidad de Extremadura, España
- María P. García Miguélez, Universidad de León, España
- María Soledad Janita-Muñoz, Universidad de Extremadura, España
- Nancy Imelda Montero Delgado, Universidad Autónoma de Baja California, México
- Pablo Gutiérrez Rodríguez, Universidad de León, España
- Paulo Gonçalves, ISCAP – Politécnico do Porto, Portugal
- Reynaldo Rivera, Universidad Austral
- Ricardo Curto Rodríguez, Universidad de Oviedo, España
- Rosana Fuentes Fernández, Universidad de León, España
- Sandrina B. Moreira, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
- Simone Sanches, Universidade Estadual de Maringá, Brasil
- Susana Bernardino, ISCAP – Politécnico do Porto, Portugal
- Unai Tamayo, Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, España
- Walter Wymer, University of Lethbridge, Canada
- William Muñoz Murillo, Pontificia Universidad Javeriana Cali, Colômbia
- Yolanda Sierra Murillo, Universidad de La Rioja, España

CASOS SÉNIOR.....	10
SEGURANÇA DE INFORMAÇÃO - TRABALHOS ACADÉMICOS REALIZADOS EM CONTEXTO ORGANIZACIONAL.....	11
ENGENHARIA DE SOFTWARE - PARCERIAS ESTRATÉGICAS NA REALIZAÇÃO DE PROJETOS ACADÉMICOS INCORPORANDO FATORES DE SUSTENTABILIDADE.....	16
TODOS UNIDOS CONTRA EL CÁNCER DE MAMA: CAMPAÑAS DE MODA Y BELLEZA SOLIDARIA ...	20
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: MITSKOOTS. OUTFITTERS	29
ARCHES LETHBRIDGE.....	39
COMUNICACIÓN DIGITAL Y REDES SOCIALES EN LAS FEDERACIONES AUTONÓMICAS DE AJEDREZ EN ESPAÑA.....	44
CASO CÁTEDRA DE COMERCIO UNIVERSIDAD DE LA RIOJA “CONCURSO #RETOLOVISUAL EN INSTAGRAM”	51
PIAMONTE, TRANSFORMACIÓN DE TERRITORIO DE VIOLENCIA A TERRITORIO DE PAZ. CASO DE ESTUDIO ASIMITRACAMPIC	59
EL TRABAJO FINAL DE GRADO COMO UNA EXPERIENCIA FORMATIVA DE MÚLTIPLE IMPACTO....	68
RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL E SUSTENTABILIDADE	77
QUANDO A SUSTENTABILIDADE RESOLVE PROBLEMAS AMBIENTAIS: O CASO DA APLICAÇÃO TOO GOOD TO GO.....	78
COOPERATIVISMO E RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NA EMPRESA BRASILEIRA SICREDI.....	88
RESPONSABILIDADE SOCIAL DA MERCADONA: ESTRATÉGIA 6.25	96
RESPONSABILIDAD SOCIAL Y GESTIÓN DE FONDOS EN ECONOMÍAS DE INGRESOS BAJOS DURANTE LA COVID-19. CASO “EL SALVADOR” Y SU COMPARACIÓN CON NICARAGUA Y COSTA RICA.....	103
CASO DA ROYAL DUTCH AIRLINES: ESTUDO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA	110
SUSTENTABILIDADE MULTIDIMENSIONAL NA PROMOÇÃO DA IGUALDADE DE GÉNERO NA CIÊNCIA/TECNOLOGIA.....	119
RAINFOREST ALLIANCE: UMA ESTRATÉGIA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL OU SIMPLEMENTE GREENWASHING?.....	126
A COCA-COLA E A SUA ESTRATÉGIA DE PUBLICIDADE RESPONSÁVEL EM TEMPOS DE PANDEMIA	132
A RESPONSABILIDADE SOCIAL NO FAST-FOOD: O CASO MCDONALD’S.....	139
ASSOCIAÇÃO 2000 DE APOIO AO DESENVOLVIMENTO: A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO ESTRATÉGICA E DA ACCOUNTABILITY NA RESPONSABILIDADE SOCIAL	144
MARKETING SOCIAL.....	155
CAMPANHA SETEMBRO AMARELO NO BRASIL - O MARKETING SOCIAL COMO MEIO DE PREVENÇÃO DO SUICÍDIO	156
TRATAR O DOENTE COM CANCRO E NÃO O CANCRO DO DOENTE! LIGA PORTUGUESA CONTRA O CANCRO.....	163
RIR PARA CURAR! OPERAÇÃO NARIZ VERMELHO.....	169
SOUJI: MARKETING CON CAUSA.....	175

A CAMPANHA #NUNCADESISTIR – O PAPEL INTERATIVO DO MARKETING SOCIAL COMO RESPOSTA À CRIAÇÃO DE BEM-ESTAR NA PANDEMIA COVID-19	183
DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS PARA REDUCIR LA OBESIDAD INFANTIL EN ARGENTINA.....	190
O IMPACTO DA PANDEMIA SARS-COV-2 NO DESEMPENHO ACADÉMICO DE ALUNOS DO ENSINO SUPERIOR PORTUGUÊS.....	212
O MARKETING SOCIAL APLICADO EM CAMPANHAS DA APAV, CONTRA A VIOLÊNCIA DOMÉSTICA EM PORTUGAL	220
ÁGORA CULTURA E DESPORTO DO PORTO E O MARKETING SOCIAL	227
A CAMPANHA #SER ATIVO EM CASA - O PAPEL DO MARKETING SOCIAL NA PRÁTICA DESPORTIVA DURANTE A PANDEMIA COVID-19.....	234
UNA PROPUESTA DE MARKETING SOCIAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA UNIVERSIDAD DE DUBROVNIK (CROACIA)	240
MARKETING VERDE	248
CITY TREE DA DPD	249
MARKETING VERDE COMO BASE PARA UN MODELO DE NEGOCIO SOSTENIBLE EXITOSO: ECUAPLASTIC S.C.....	263
WORN WEAR: ATIVISMO DE MARCA DA PATAGONIA	274
ESTUDO DA CANA DE AÇÚCAR NA MATRIZ ENERGÉTICA BRASILEIRA	283
EMPREENDEDORISMO SOCIAL E INOVAÇÃO SOCIAL	290
EMPRENDER PARA EL CAMBIO: ESTUDIANTES IMPULSANDO LA INNOVACIÓN A TRAVÉS DEL MARKETING SOCIAL Y LA DIGITALIZACIÓN.....	291
REAPROVEITAR PARA ALIMENTAR E RECUPERAR SORRISOS! O MOVIMENTO RE-FOOD	299
SPEAK NO COMBATE AO ISOLAMENTO IMPOSTO PELA COVID-19.....	304
#TECH4COVID19: EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO SOCIAL EM TEMPOS DE PANDEMIA.....	311
MUNDO A SORRIR: ECONOMIA SOCIAL VOLTADA PARA SOLUÇÕES INOVADORAS	319
BILGUNE FEMINISTA DEL PAÍS VASCO: PROYECTO REVOLUCIONARIO PARA LA SOCIEDAD DEL FUTURO	327
EL CROWDFOUNDING Y SU APLICACIÓN EN LOS “GAZTETXES”.....	334
DIGITALIZACIÓN E INNOVACIÓN EN MARKETING CON IMPACTO SOCIAL: PIZZAS IMPOSIBLES DE LITTLE CAESARS EN TIJUANA, 2007-2019.....	341
MODELOS DE NEGÓCIO SUSTENTÁVEIS COM IMPACTO SOCIAL	350
GENTE BONITA COME FRUTA FEIA!.....	351
MARKETING DIGITAL EDUCATIVO COMO RESPOSTA AO CONTEXTO EDUCACIONAL IMPOSTO PELA PANDEMIA: ANÁLISE DA PLATAFORMA ZOOM	356
INCLUSÃO DIGITAL NAS FAVELAS DO BRASIL: UM CASE SOBRE A PARCERIA ENTRE ALÔ SOCIAL E A CENTRAL ÚNICA DAS FAVELAS	362
MARKETING SEM FINS LUCRATIVOS.....	368
CRUZ ROJA: UN CANTO QUE SALVÓ VIDAS FRENTE AL COVID-19.....	369
BANCO ALIMENTAR: CUPÕES DE ESPERANÇA EM TEMPOS DE PANDEMIA	375
ESTRATÉGIA DE MARKETING SEM FINS LUCRATIVOS DO CENTRO DE RECOLHA OFICIAL DE ANIMAIS DE MATOSINHOS	380

DIGITALIZAÇÃO E MARKETING COM IMPACTO SOCIAL.....	386
DIGITALIZAÇÃO NAS INDÚSTRIAS CULTURAIS E CRIATIVAS EM TEMPOS DE PANDEMIA: O CASO DO PORTUGAL DOS PEQUENITOS.....	387
O USO DE PLATAFORMAS DE SAÚDE DIGITAL, COMO FERRAMENTA DE MARKETING DIGITAL, DURANTE A PANDEMIA EM PORTUGAL.....	397
TWITTER COMO HERRAMIENTA DE MARKETING POLÍTICO 2.0: EL CASO DE LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES EN EEUU 2020.....	404
COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL E COESÃO SOCIAL NUMA PERSPETIVA DE MARKETING TERRITORIAL.....	412
THE ROLE OF SUSTAINABILITY IN DOWRY: EVIDENCE IN PAKISTAN.....	413
EMPLOYER BRANDING CAMPAIGNS IN COVID-19 TIMES.....	414
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SOSTENIBILIDAD. EL CASO DE <i>TOO GOOD TO GO</i>	421
RESPONSABILIDADE EMPRESARIAL E SUSTENTABILIDADE	429
ESTUDO DE CASO DO GRUPO NABEIRO®.....	429
ECONOMIA SOCIAL VOLTADA PARA SOLUÇÕES INOVADORAS	437
TRABALHO EM COOPERAÇÃO COM A COMUNIDADE: UM CASO DE ABORDAGEM MULTIDISCIPLINAR E INTEGRADORA DE PESSOA EM SITUAÇÃO DE SEM-ABRIGO.....	438
ACCIONES SOLIDARIAS DE KELLOGG’S DURANTE LA PANDEMIA DEL COVID19.....	444
MCHAPPY DAY: ¡QUÉ BIEN SABE SER SOLIDARIO!.....	452
GESTÃO ESTRATÉGICA, ACCOUNTABILITY E MARKETING COM INOVAÇÃO SOCIAL: O CASO DA FUNDAÇÃO FRANCISCO MANUEL DOS SANTOS.....	460
FUNDAÇÃO CALOUSTE GULBENKIAN - BOAS PRÁTICAS EM <i>ACCOUNTABILITY</i> , GESTÃO ESTRATÉGICA E INOVAÇÃO SOCIAL	468
DIRECCIÓN COMERCIAL	480
LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y LA SOSTENIBILIDAD COMO PILAR DE LA EMPRESA LEONESA TELICE, S.A.	481
FUNDACIÓN TEODORA.....	491
NUESTRO SECRETO. ÁREAS DE VENDING.	498
ECONOMÍA CIRCULAR DE H&M	508
A PUNTADAS: UNA EMPRESA RENTABLE Y SOCIALMENTE RESPONSABLE	517
ECOALF, PIONEROS EN MODA SOSTENIBLE	527
FUNDACIÓN IBERDROLA ESPAÑA	537
EL MARKETING COMO MOTOR PARA EL DESARROLLO DEL DEPORTE Y LA CULTURA, LA RSC EN LAS ACCIONES DE MARKETING DE RED BULL	546
MARKETING SOSTENIBLE: STARBUCKS.	559
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE SOLTRA	570
EL MARKETING VERDE DE TOYOTA.....	575

MARKETING ESTRATÉGICO.....	585
BECOMELY	586
GUÍA HEINEKEN DE ACTUACIÓN PARA RESTAURANTES Y BARES.....	595
ADOPTA UN BAR: “ARRIMA EL HOMBRO AHORA, EMPINA EL CODO DESPUÉS”	606
Y AHORA, ¿A QUIÉN LLAMO?.....	614
AUARA: EL AGUA QUE TRASPASA FRONTERAS	622
AQUÍ TÚ ERES EL KING.....	630
¿QUÉ HUELLA DEBERÍAMOS DEJAR?.....	637
ESPAÑA ES MUCHO MUNDO	645
NO HAY UN MEDITERRÁNEAMENTE SIN MEDITERRÁNEO.....	653
¿QUIERES UN ARMA? COMPRA JABÓN.....	662
MÁSQUEBIO: ANÁLISIS DEL MARKETING-MIX	670
MARKETING PÚBLICO.....	678
EXTREMADURA AVANTE, S.L.U. PRIMERA EMPRESA PÚBLICA CERTIFICADA COMO SOCIALMENTE RESPONSABLE DE LA REGIÓN DE EXTREMADURA (ESPAÑA)	679
ESTAR VIVO ES VOLVER A FABRICAR EMOCIONES	687
Y TÚ , ¿QUÉ MARCA DE GEL DESINFECTANTE UTILIZAS?	695
“UN CLICK PARA EL COLE”	703
“POR MÍ Y POR TODOS MIS COMPAÑEROS”	711
MAMÁ, PAPÁ ¿QUÉ COMEMOS EN EL CONFINAMIENTO?	719
AUSOLAN Y STUART MUESTRAN SU LADO MÁS HUMANO PARA COMBATIR LA COVID-19	728
COLABORANDO, TU FAMILIA ES MÁS GRANDE	735
SOLIDARIDAD CIUDADANA EN TIEMPOS DE COVID: FUNDACIÓN ARRELS	743
“MIRARTE OTRA VEZ”: CÓMO COMBATIR EL AISLAMIENTO A TRAVÉS DE LA SOLIDARIDAD Y LA TECNOLOGÍA.....	752
GOSSOS: EL HORMIGÓN NO TIENE SENTIMIENTOS, PERO ELLOS SÍ	760

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y LA SOSTENIBILIDAD COMO PILAR DE LA EMPRESA LEONESA TELICE, S.A.

Ana Lanero Carrizo
José Luis Vázquez Burguete
(Universidad de León, España)

Sergio Álvarez Pardo
Luis Alberto López Lucas
Jorge Rodríguez Sarabia
Carlos Manuel Martínez
Santana

RESUMEN

Telice, S.A. es una empresa leonesa creada en 1973 por Cesareo González que trabaja principalmente en proyectos ferroviarios en España con la instalación y mantenimiento de la electrificación ferroviaria de más de 830 kilómetros, Estados Unidos, Reino Unido y Brasil y desde 1983 desarrolla proyectos con las principales empresas tecnológicas de automatización y seguridad ferroviaria. Esta compañía se ha convertido en un colaborador preferente para la realización de contratos de obras y servicios de importantes administraciones públicas, además de empresas constructoras y de tecnología. Destacan sus acciones de Responsabilidad Social Corporativa como, por ejemplo, la promoción de la Fabricación Digital entre profesores, estudiantes, emprendedores, profesionales, artesanos y aficionados. Los objetivos que se pretenden conseguir es mejorar la eficiencia energética y el ahorro de costes y tiempo en la implantación de la tecnología sobre el terreno.

ABSTRACT

Telice Inc. is a company created in 1973 by Cesareo Gonzalez, who primarily focuses on railway projects in Spain, through the installation and maintenance of a railway electrification system with an extension of more than 830 kilometres, United States, United Kingdom and Brazil. Since 1983, it has begun developing projects in collaboration with the principal tech businesses who specialize in automation and railway safety. This company has become a preferred collaborator for the execution of construction contracts and services by important public administrations, besides technological and construction companies. Out of all their Corporate Social Responsibility policies, its encouragement of Digital Modelling and Fabrication between teachers, students, entrepreneurs, professionals, craftsmen and amateurs stands out. Its main goals are to achieve the improvement of energy efficiency and managing to save time and money in the process of installing this kind of technology on the land.

1. INTRODUCCIÓN

Figura 1. Pantalla de inicio de la página web oficial de TELICE.es



Fuente: [<http://www.telice.es/>], a fecha 24/10/2020

Telice S.A. es una empresa que se dedica a proyectos ferroviarios desde 1973, la cual incluye unos valores muy arraigados desde sus inicios que son los siguientes:

- **La profesionalidad:** La base fundamental de la empresa es la capacidad de ejecución de proyectos de manera eficaz y eficiente, con los niveles adecuados de calidad, seguridad y rendimiento de los recursos empleados.
- **Los clientes:** Se trabaja activamente para satisfacer a los clientes, que valoren la propuesta central: ‘TECNOLOGÍA SOBRE EL TERRENO’; y así estos compartan la búsqueda de una relación a largo plazo y mutuamente beneficiosa.
- **La rentabilidad:** El resultado natural de un servicio que proporciona valor al cliente es la obtención de una rentabilidad económica. Trabajar para que todos los clientes, contratos, personas y activos optimicen sus recursos económicos y financieros.
- **El liderazgo:** Se ejerce el liderazgo a todos los niveles, empezando por la Alta Dirección, institucionalizando en la organización de la empresa y estimulando el desarrollo individual de todas aquellas personas que trabajan en la compañía.

La empresa fue creada en 1973 por Cesáreo González originario de Cabanillas un pueblo al margen del río Bernesga (León), estudió ingeniería técnica industrial en la Escuela de Gijón. En los primeros años después de obtener el título universitario, fue jefe de estudios en el Instituto Laboral de Santa María del Páramo, para después fundar Telice, que ha pasado desde los cuatro empleados con los que contaba al principio a tener un mínimo 140 trabajadores, además de funcionar en toda España e incluso fuera de nuestro país. A lo largo de sus más de 40 años de historia ha ejercido multitud de proyectos e instalaciones tanto en el sector ferroviario como el industrial. En 2004 Cesáreo González le cedió el puesto de Director General a su hijo César González Álvarez, licenciado en Físicas y máster en Dirección de Empresas. Telice busca constantemente crear un entorno idóneo para la innovación tanto en el ámbito personal como profesional de sus empleados y colaboradores, apostando por la mejora continua, incitando a que surja una nueva investigación desde alguno de sus departamentos. Para ello, cuenta con varios proyectos de I+D+i financiados por la Unión Europea y por administraciones españolas de Desarrollo e Investigación y colabora con diversas universidades para hacer realidad las sugerencias de sus trabajadores.

Algunos de los proyectos más actuales que Telice ha realizado son:

- **CYRENE (2017-2018):** Desarrollo de una nueva tecnología de explotación de túneles de carreteras. Financiado por el Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI), el Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital y por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)
- **Expansión Internacional de Telice (2017-2018):** Centrada en la implantación en alguno de los países escandinavos y en licitar activamente en la construcción de líneas ferroviarias en Portugal. Financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)
- **INTELCAT (2019-2020):** Desarrollo de una nueva solución para el cálculo, diseño y validación de todo el sistema de catenaria en proyectos ferroviarios. Cuyo objetivo es el

desarrollo de una herramienta de software avanzada que permita el cálculo y dimensionamiento de todos los elementos que conforman un sistema de línea aérea de contacto ferroviaria, y así optimizar el diseño de este tipo de estructuras. Subvencionada por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, y por el Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI)

Telice aplica criterios profesionales y de excelencia en la gestión de la empresa, utilizando como guía estándares reconocidos internacionalmente:

Figura 2. Sistemas de Gestión de la Calidad conforme a la Norma UNE-EN ISO 9001:2015

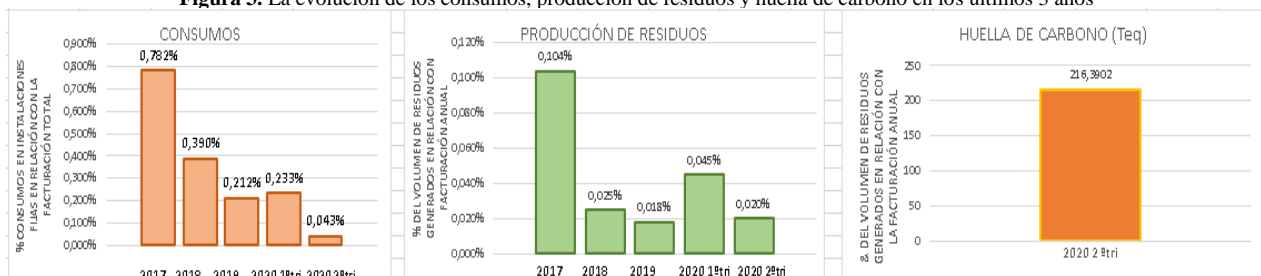
AENOR ER Empresa Registrada UNE EN ISO 9001	AENOR ER Seguridad Salud Laboral OHSAS 18001	AENOR ER Gestión I+D+i UNE 166002	AENOR GP Gestión Ambiental UNE EN ISO 14001	AENOR C COMPROMISO EXCELENCIA EUROPEA EFQM	AENOR ER Seguridad en la Información UNE-ISO/IEC 27001
--	---	--	--	---	---

Fuente: [www.telice.es], a fecha 08/11/2020

Cómo hemos mencionado anteriormente Telice se dedica a proyectos ferroviarios destacando su apuesta por la ciencia y la tecnología contribuyendo al bienestar y mejora de las comunidades a las que sirven yendo más allá de la innovación y la calidad de nuestros productos y servicios. De este modo, abren su empresa al público, universidades y centros formativos para que sus valores y tecnologías produzcan en nuestro entorno un retorno a largo plazo de carácter indirecto que impacte positivamente en el futuro de la sociedad. Cabe destacar la mención de la creación de alguna fundación cómo es la Fundación tMA (Telice Magnetic Anomaly) que es una organización sin ánimo de lucro que tiene el objetivo de estimular un espíritu emprendedor con liderazgo e interés por la ciencia y la tecnología en la ciudad de León. Su primera iniciativa es lanzar un Fab Lab (laboratorio de fabricación digital).

Otro de los grandes motivos que cabe mencionar es el gran desempeño ambiental que realiza Telice ya que tiene el más firme compromiso con la reducción del impacto ambiental de nuestras actividades a través de un enfoque preventivo en la planificación y desarrollo del trabajo. Sus proyectos permiten mantener un control continuo de los principales parámetros de sus actividades que afectan al medio natural y al cambio climático.

Figura 3. La evolución de los consumos, producción de residuos y huella de carbono en los últimos 3 años



Fuente: [http://www.telice.es], a fecha 02/11/2020

A continuación se da paso al desarrollo del caso que tratará los contenidos descritos en la previa introducción haciendo hincapié en los aspectos más relevantes del asunto expuesto.

2. DESARROLLO DEL CASO

La empresa Telice, como hemos indicado anteriormente, desarrolla su actividad atendiendo a unos determinados y específicos factores que son los siguientes:

INNOVACIÓN:

La compañía Telice busca constantemente el desarrollo personal y profesional de los empleados y colaboradores facilitando un ambiente de innovación en todos sus aspectos. Las mejoras en tecnología y producto implican una política activa para atraer talento dirigida a abarcar todos los retos en los que la compañía opera.

Su actividad se concibe como un progreso para el futuro en base a 3 apuestas:

- Desarrollo de software e integración de Sistemas de Control y Seguridad
- Soluciones de Ingeniería para mejorar la productividad sobre el terreno con ahorro de costes y tiempo
- Avances en Eficiencia Energética

Respecto a las líneas de investigación, se centra en 4 pilares fundamentales:

- Energía: (este apartado se desarrollará más adelante)
- Comunicaciones: (este apartado se desarrollará más adelante)
- Aplicaciones: Las aplicaciones de software de la compañía se desarrollan dentro de la misma, ajustándose a los productos planificados en el programa de I+D y a las necesidades sobre el terreno de cada proyecto.
- Ingeniería: Los trabajos afrontados por los equipos de ingenieros requieren en multitud de ocasiones generar soluciones prácticas que dan lugar a nuevos productos para solventar las necesidades de otros retos en diversas circunstancias.

Dicha empresa cuenta con el sello de Pyme Innovadora, un reconocimiento del Ministerio de Economía, Industrial y Competitividad para las pequeñas y medianas empresas intensivas en I+D+i que por su carácter innovador tienen mayor probabilidad de permanecer en el tiempo, ser más competitivas y convertirse en fuente estable de creación de empleo.

Todo esto ha sido posible gracias a las cualidades y oportunidades de mejora:

- Afrontar con éxito cualquier desafío
- Respuesta rápida y gran capacidad de coordinación
- Solventar las dificultades “sobre el terreno”
- Departamento de I+D+i con experiencia y éxito demostrables
- Proyectos avalados por programas nacionales y de la UE

Importancia del diseño de sistemas Scada de control adaptados a las necesidades del cliente: desarrollo de una serie de soluciones en el diseño de consolas de Supervisión, Control y Adquisición de Datos (SCADA) que permiten agilizar los tiempos de respuesta de cara a poner en marcha y de forma ajustada en cada proyecto.

PROYECTOS:

A lo largo de sus más de 40 años de historia, la empresa Telice ha ejecutado multitud de proyectos e instalaciones tanto relacionados con el sector ferroviario como el industrial. Los más representativos y clasificados según su tipología se pueden encontrar en su página web: telice.es/proyectos/.

LAC: Líneas Aéreas de Contacto

Telice presta servicio como contratista de las principales administraciones ferroviarias, así como subcontratista de grandes empresas constructoras e industriales para la acometida de todo tipo de proyectos de líneas aéreas de contacto:

- Alta velocidad, ferrocarril convencional y tranvías.
- Construcción de líneas nuevas, electrificación de líneas no electrificadas o renovación de líneas existentes.

Sus equipos de instalación permiten acometer con solvencia y flexibilidad grandes y pequeños proyectos. Las capacidades de Telice cubren todo el ciclo de vida del proyecto: desde el análisis hasta el diseño, aprovisionamientos, instalación, pruebas y puesta en servicio y mantenimiento.

Como dato curioso, desde su creación en 1973, Telice ha implantado más de 1.200 kilómetros de catenaria en líneas de alta velocidad y ferrocarril convencional.

ENERGÍA:

La gestión de la producción y el gasto eléctrico es fundamental para el futuro. Telice trabaja en proyectos de eficiencia energética y de generación alternativa de energía para conseguir un mayor ahorro en el consumo.

En su larga trayectoria, Telice ha desarrollado instalaciones energéticas para todo tipo de necesidades y en otro tipo de entornos como industriales, marítimos, carreteras, autopistas... Se dedica a la construcción, mantenimiento y reforma de los sistemas de suministro energético de la red ferroviaria, como por ejemplo, sistemas de tracción o suministros de energía para los sistemas de señalización, etc.

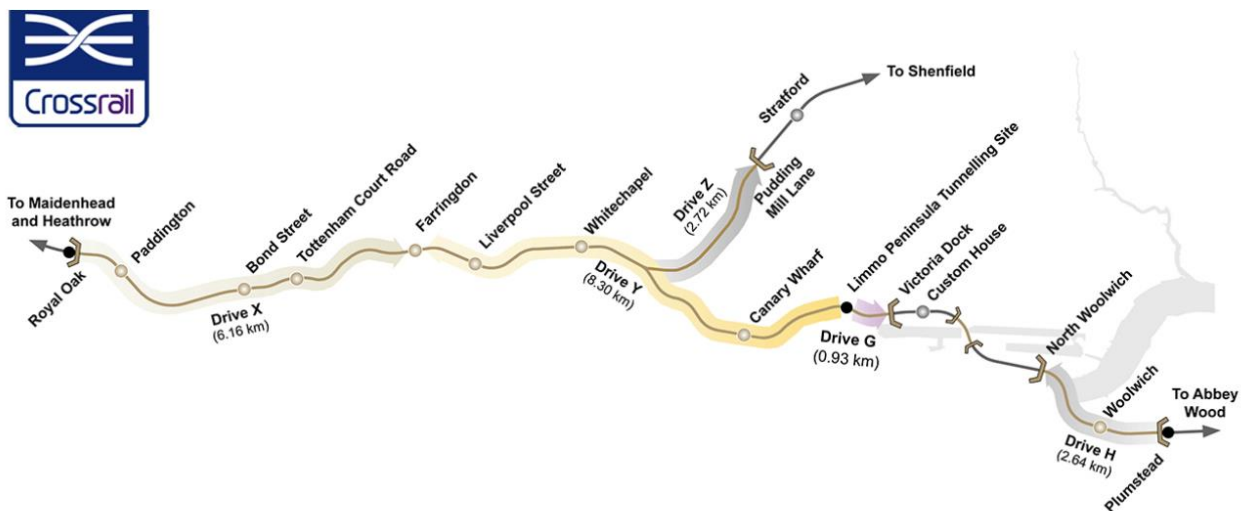
Lleva a cabo la gestión completa de los proyectos, en cuanto al diseño, edificación, equipamiento tanto interior como exterior, sistemas de control o las determinadas pruebas de los proyectos. Tanto es el buen hacer de Telice que la empresa Adif ha confiado en ella para la instalación del sistema de energía para la red de alta velocidad entre Valladolid, Palencia, Burgos y León.

En cuanto a las instalaciones eléctricas, Telice destaca por su automatización industrial, sus centros de transformación, las redes y las líneas de alta tensión, la iluminación y el diseño.

COMUNICACIONES:

La gestión de los dispositivos de control y seguridad es una de las líneas fundamentales de innovación de la empresa, que trabaja en avances en las comunicaciones entre ellos y sus sistemas de tipo Scada. En este apartado de comunicación, desarrollan las soluciones a partir de la sociedad tComet, que pertenece al grupo Telice.

Figura 4. Proyecto red ferroviaria (crossrail) Maidenhead y Heathrow-Abbey Wood en Reino Unido



Fuente: [<http://www.telice.es/>], a fecha 02/11/2020

Sus principales sistemas de comunicación son:

- Redes de fibra óptica
- Redes Wireless
- VoIP
- Vídeo
- Localización

El sistema más importante en el ámbito de las soluciones en la comunicación es el Sistema tIUCS. El Sistema tIUCS permite ofrecer un sistema tecnológico que permite integrar comunicaciones emisoras y receptoras de radio, telefonía, localización en tiempo real, megafonía, ... en sistemas subterráneos

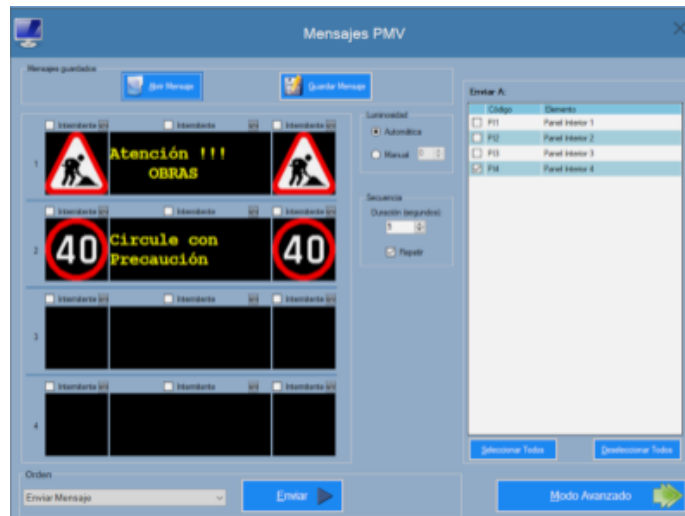
SEÑALIZACIÓN:

Realizan la instalación, ajuste y pruebas de todo el sistema de señalización ferroviaria, tanto el montaje y conexión del equipamiento interior, el cableado, montaje y conexión en planta exterior, el suministro de energía y sistemas auxiliares, edificación, etc.

Telice destaca aplicando soluciones tecnológicas de vanguardia sobre el terreno.

Algunas soluciones que ha ofrecido Telice con respecto al ámbito de la comunicación son los calefactores de aguja, con lo que tratan de evitar los problemas originados por el hielo y la nieve, que bloquean los desvíos generando serios problemas de circulación de los trenes, de las que hablaremos a continuación más detalladamente.

Figura 5. Sistema de control integral de túneles (CYRENE)



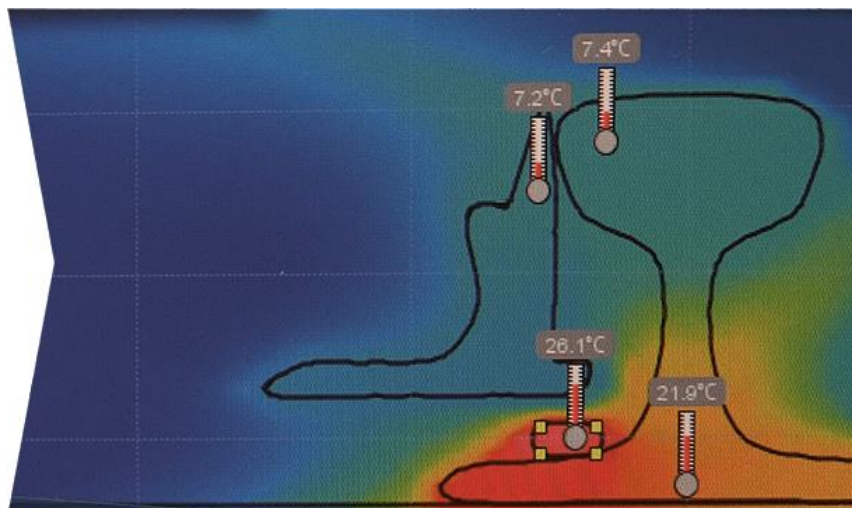
Fuente: [<http://www.telice.es>], a la fecha 02/11/2020

SOLUCIONES:

El esfuerzo que se emplea en I+D+i se centra en la búsqueda de soluciones de los problemas reales que se le plantean a la actividad de la empresa y por tanto se extiende su compromiso a todas las áreas, por otra parte crea una red de conocimiento que surge a raíz de la colaboración de diferentes proyectos con otras empresas, universidades y centros tecnológicos. Algunas de las soluciones son las siguientes:

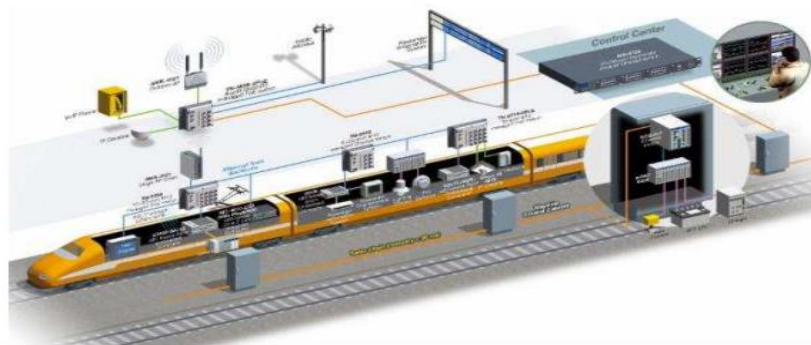
- Telemando de seccionadores: La propia empresa se encarga de diseñar, fabricar y poner en servicio sistemas de telemando y control de seccionadores de catenaria en los diversos entornos ferroviarios ajustándose a sus distintas necesidades y especificaciones.
- Telphe calefactores de aguja: Con esta solución se pretende evitar los problemas que se originan por el hielo y la nieve los cuales bloquean los desvíos durante el invierno lo cual ocasiona problema de circulación de los trenes.
- Tcat estación de trabajo: La estación ha sido diseñada para satisfacer las necesidades de electrificación que requieren las obras.
- Sistema tiucs: Es una red de comunicaciones de alta disponibilidad diseñada para entornos subterráneos.

Figura 6. tELphe Railway Switchers Heating



Fuente: [<http://www.telice.es>], a la fecha 02/11/2020

Figura 5. Proyecto TELICE TComet



Fuente:[<http://www.telice.es>] , a fecha 02/11/2020

DIGITAL:

Es la unidad especializada en tecnologías de la información que ofrece y aplica soluciones tecnológicas e innovadoras para los negocios. Se incorporan los últimos avances en desarrollo de software que permite la creación de sistemas integrados y mejorar sistemas existentes para que así las empresas convergen hacia la digitalización, estas soluciones tecnológicas pueden ser tanto propias cómo a medida.

También desarrollan sistemas de información innovadoras basadas en el BigData, Cloud y Movilidad para cualquier entorno por la aplicación de tecnologías cómo el desarrollo de entornos Cloud/SAAS o la integración de sistemas entre otros. Su principal misión es la de crear soluciones tecnológicas de vanguardia sobre el terreno.

EMPLEO:

En Telice los especialistas se encargan de un gran abanico de tareas complejas relacionadas con el diseño, instalación, las pruebas y el mantenimiento de los diferentes sistemas en proyectos tecnológicos. La política que aplica esta empresa es la de una mejora constante ya sea de sus capacidades de resolución en los trabajos como de innovación para crear nuevos productos y soluciones.

Por eso tratan de crear un entorno en el cual sea posible el enriquecimiento personal y profesional de sus trabajadores y unas líneas de colaboración con otras entidades que permitan llevar a cabo el reto principal: de llevar la “tecnología sobre terreno”.

3. PREGUNTAS/CUESTIONES PARA LA DISCUSIÓN

Cuestión 1. ¿Hasta qué punto es realmente importante la innovación en este caso?

Telice se caracteriza por la búsqueda constante de un entorno idóneo para la innovación tanto en el ámbito personal como en el profesional de sus trabajadores, apuesta por la mejora continua, incitando a que surja una nueva investigación desde alguno de sus departamentos.

La innovación es uno de los factores clave en los que Telice se apoya, esto se debe, entre otras cosas, a que, desde el punto de vista del marketing, la innovación es uno de los pilares orientadores en la Dirección Estratégica, ya que es una fuente de ventajas competitivas para la empresa. Este proceso de innovación se ve apoyado, no solo por las capacidades tecnológicas y la calidad de sus elementos, sino también, en un plano económico, por la llegada de subvenciones por parte de la unión europea para poner en marcha dichos proyectos. La innovación es arriesgar, lo cual supone acertar o fallar, pero al menos intentarlo siguiendo su lema: “Somos un laboratorio de sueños que esperamos algún día se hagan realidad”.

Cuestión 2. ¿Qué importancia tiene el medioambiente para esta empresa? ¿Qué normativa sigue?

Telice destaca también por su gran desempeño medioambiental. Una de sus características principales es su enfoque preventivo, cuyo objetivo es mantener un control continuo de los parámetros de sus actividades que tienen repercusión sobre el medio ambiente.

Uno de los proyectos de Telice consiste en la eficiencia energética y generación alternativa de energía para conseguir un mayor ahorro en el consumo, lo que no solo le permite proteger el medio ambiente por el desarrollo de energías no renovables, sino que además le permite reducir costes.

Otra muestra de su compromiso medioambiental es que cumple con todos los requisitos de la normativa UNE-EN ISO 14001 de 2015 para la instalación de sistemas de seguridad, electrificación, comunicación y control de líneas de distribución de energía. Entre otros requisitos de esta normativa se encuentran la gestión adecuada de los residuos que se generen, la entrega de evidencias de la realización de buenas prácticas, la realización de un registro de consumo, etc.

Para que estos requisitos comentados se hayan podido implantar Telice previamente tuvo que realizar distintas labores, entre las que destacan:

- Definir una política ambiental.
- Establecer una planificación de actividades a realizar, identificando y evaluando sus aspectos ambientales y requisitos legales de ámbito ambiental.
- Poner estas actividades en funcionamiento y ser controladas mediante un control operacional.
- Realizar las oportunas acciones correctivas que puedan ser necesarias.
- La alta dirección debe revisar el funcionamiento de todo el sistema, y de dicha revisión aparecerán los cambios que sean necesarios y que darán como resultado la modificación de la política.

Cuestión 3. ¿Cómo de importantes son las ayudas de la Unión Europea para Telice?

Telice recibe subvenciones por parte de la Unión Europea para poder desarrollar sus procesos de innovación, estas ayudas económicas suponen un gran beneficio para la empresa ya que su capacidad económica se ve aumentada para realizar este proceso.

La Unión Europea concede esta subvención porque Telisa cumple con varios de los requisitos establecidos:

- En primer lugar, consolidar la innovación industrial e inversiones tecnológicas.
- En segundo lugar, consolidar un medio de transporte algo más sostenible (políticas medioambientales ya comentadas) y el uso de energía más renovable, algo que Telisa persigue.
- Por último, garantizar que los avances se traduzcan en productos viables con auténtico potencial comercial.

Todas estas condiciones y motivos para la ayuda se encuentran detallados en el programa de la Unión Europea “*Horizonte 2020*”, este programa, entre otras cosas, es un medio para impulsar el crecimiento económico y crear empleo. Además, cabe destacar que es un programa abierto a todos y que cuenta con el apoyo de los líderes políticos nacionales.

Cuestión 4. ¿Cuáles consideras que son las acciones de expansión internacional más destacables llevadas a cabo por TELICE y cómo evalúas su efecto o repercusión en la misma?

La expansión internacional de Telice fue llevada a cabo durante los años 2017 y 2018, se centró en introducirse en alguno de los países escandinavos y en licitar activamente en la construcción de líneas ferroviarias en Portugal. Financiada por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

– La traducción de la documentación relacionada con la licitación de electrificación de línea de ramales y acceso a la Terminal Vale do Tejo en Portugal.

– El estudio de viabilidad para la implantación en alguno de los países escandinavos. – 11 misiones comerciales, entre los meses de septiembre de 2017 y diciembre de 2018, y 9 misiones comerciales a Portugal, entre los meses de octubre de 2017 y noviembre de 2018.

– La participación en la feria Inno Trans, en Berlín (del 18 al 21 de noviembre de 2018) y en la feria Smart Rail Ámsterdam (10 y 11 de abril de 2018).

Cabe destacar también la asistencia a diversos eventos como el Harnessing Big data in Rail, en Múnich, o el International BIM Summit, en París.

En función de su estrategia de desarrollo internacional podemos determinar que se trata de una organización internacional debido a su internacionalización activa y a una orientación etnocéntrica aproximándose a mercados extranjeros por extrapolación de sus productos, técnicas y valores reflejados en su mercado interior.

Cuestión 5. ¿Qué opinas del modelo a seguir en base a las estrategias genéricas utilizadas por la empresa? ¿Qué combinación estratégica básica de desarrollo te parece la más apropiada para Telice?

La digitalización de las redes ferroviarias, está brindando nuevas oportunidades de diseño y atributos, lo que permite a la empresa optar por una estrategia de desarrollo como la estrategia de liderazgo en diferenciación. Con esta estrategia de diferenciación Telice busca ofrecer unos productos de mayor calidad que su competencia en sus respectivos mercados.

En cuanto a la estrategia de crecimiento realiza un crecimiento intensivo empleando una estrategia de desarrollo de mercados por medio de la expansión geográfica hacia otros mercados como son el mercado escandinavo y portugués en gran parte.

Respecto a su estrategia de competición, como ya hemos comentado en la cuestión 1, adopta una posición de seguidor, empleando una estrategia que consiste en un uso eficaz de la I+D+i, una de las señas de identificación de la empresa.

4. CONCLUSIONES

La filosofía de Telice pasa por cumplir la misión que se fundamenta en 3 puntos muy importantes que sigue la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), en este caso serían las siguientes:

- 1º- Precisión en la gestión de proyecto y obra, que comprende el “know-how” relativo a todas las condiciones en las que se desarrolla el servicio.
- 2º- Competencias tecnológicas ajustadas para su implementación.
- 3º- Preparados para afrontar cualquier necesidad del cliente.

La responsabilidad social corporativa (RSC) es un aspecto cada vez más común en los organismos o empresas en el día a día. Ha generado tal cambio abordando temas como el medio ambiente, el cambio climático o las energías no renovables que ha conseguido promover un verdadero impacto en la conciencia de la sociedad. En concreto, las campañas, trabajos e investigaciones realizadas gracias a sus medios correctos y eficaces han conseguido el alcance de un público objetivo.

El manejo de cifras e imágenes de cómo es su labor y en qué influye en el tiempo constituyó una buena estrategia, debido a que logró captar y mover los ideales y pensamientos de la población al ver la realidad de la situación en este sector. Conocer y apreciar las cosas permite apostar, invertir y creer en nuevas metas que logren el progreso de la población.

Se utiliza un marketing público encargado de promover la misión de la empresa, que es preservar y conservar los recursos, debido a esto la credibilidad es mayor, se convierte en una fuente de confianza para los ciudadanos y una ventaja competitiva de gran calibre en el ámbito empresarial y el mensaje que emite crea mayor impacto en ellos.

Su trabajo cumplió con su objetivo y dio su fruto, debido a que tuvo impacto, sin embargo, aún falta promover más este tema y continuar mejorando para no quedar en el olvido ni ser superado por los competidores, ya que aún hay más empresas que continúan creando y satisfaciendo nuevas necesidades que aparecen de los clientes.

Este caso práctico se centra en la realización del estudio de la compañía Telice donde se pretende averiguar los asuntos relacionados con la RSC que lleva a cabo esta, además de investigar la propia acción de la empresa cómo tal. El principal motivo que nos llevó a la realización del caso es la elección de una gran empresa leonesa que cuenta con sedes en León, Madrid y en Estados Unidos en San Francisco y lleva a cabo proyectos a nivel nacional, siendo un pilar fundamental para la existencia de conexiones entre los diversos puntos del país, como internacional, cooperando con grandes instituciones.

Como consecuencia de todo ello, cuentan con una gran RSC, hasta el punto que obtuvieron en 2015 el premio *Tu Economía* a la mejor política por su iniciativa para hacer partícipes a estudiantes, profesores, profesionales y todos los interesados en fabricación digital, de la información e innovación que Telice maneja.

También destacan sus acciones relacionadas con el medio ambiente ya que para llevar a cabo sus proyectos necesitan modificarlo tratando de dañarlo lo menos posible, cómo se puede observar en los gráficos de la página 3 que con el paso de los años ha ido disminuyendo su daño ocasionado hacia este. Por otra parte, también se observa a lo largo del trabajo cómo la empresa está comprometida con sus stakeholders a la hora de la realización de proyectos ya que trabaja relacionándose siempre con alguna de ellas para así conseguir un mayor beneficio ya sea económico o no lucrativo, cómo es en el caso de algunos proyectos para conseguir la solución a algún inconveniente que surja en los trabajos llevados a cabo.

En relación con los clientes, trabajan activamente para satisfacer sus necesidades aplicando el lema de “Tecnología Sobre El Terreno”, buscando tener con ellos una relación de beneficio mutuo a largo plazo.

BIBLIOGRAFÍA:

Apuntes asignatura Dirección Comercial del Grado en ADE (Universidad de León):

Tema 1: La Dirección Estratégica de Marketing y el Marketing Estratégica

Tema 2: El Plan de Marketing

Tema 3: La Información para la Planificación Comercial Estratégica

Tema 4: Segmentación, Cobertura del Mercado y Posicionamiento Estratégico

Tema 5: Las Estrategias Genéricas de Marketing

Dichos apuntes están desarrollados por el profesor Jose Luis Vázquez Burguete.

Páginas web:

Telice: <http://www.telice.es/>

Ambialia (Medioambiental): <https://www.ambialia.es/consultoria-medioambiental>

Ambialia (Calidad): <https://www.ambialia.es/consultoria-calidad>

Europea.EU: https://europa.eu/european-union/topics/research-innovation_es

Railway Review: <https://www.globalrailwayreview.com/events/>

Noticias:

Rivera, I. (6 de marzo de 2019) Iléon: “Telice, innovación ferroviaria leonesa en mantenimiento y calidad de catenarias.” <https://www.ileon.com/actualidad/tecnologia/095158/telice-innovacion-ferroviaria-leonesa-en-mantenimiento-y-calidad-de-catenarias>

Martínez Majó, J. (23 de septiembre 2020) Leónoticias: “El delegado de la Junta destaca que el Fab Lab de León acerca la fabricación digital a la comunidad educativa.” <https://www.leonoticias.com/leon/delegado-junta-destaca-20200923164943-nt.html>

Pérez Chencho, Juan. F. (18 de abril de 2004) Diario de León: “Telice, 30 años.”

<https://www.diariodeleon.es/articulo/tribunas/telice-30-anos/20040418000000712312.html>

Mesones, J (19 de febrero de 2020) El Economista.es: “Las empresas del “cártel del AVE” ganan el mayor contrato de Adif.” <https://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/10367411/02/20/Las-empresas-del-cartel-del-AVE-ganan-el-mayor-contrato-de-Adif.html>

Santander, 10 (EUROPA PRESS) (10 de junio de 2020) LAVANGUARDIA: “Adif invertirá 2 millones en tres mejoras en la línea Santander-Palencia.” <https://www.lavanguardia.com/local/cantabria/20200610/481704974428/adif-invertira-2-millones-en-tres-mejoras-en-la-linea-santander-palencia.html>