

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
- Boguslawa 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: MITSCOOTS. 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 CROWDFUNDING 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

FUNDACIÓN IBERDROLA ESPAÑA

Ana Lanero Carrizo

(Universidad de León, España)

María P. García Miguélez

(Universidad de León, España)

Fernando Delgado García

Jose Córdova González

Álvaro Gómez Fernández

RESUMEN

La Fundación Iberdrola España pertenece a un grupo de empresas dentro de Iberdrola S.A. y surge a principios de 2002 en el País Vasco. Actualmente, la sede principal de la fundación se encuentra en Bilbao (País Vasco, España). La fundación nace a raíz del propósito de la compañía de luchar tanto contra el medio ambiente como contra las barreras sociales. Su principal objetivo es ayudar en diferentes ámbitos como el cambio climático, el arte y la cultura o la acción social.

La fundación persigue el objetivo adentrándose en mercados conocidos por las empresas líderes del grupo, como puede ser la biodiversidad, pero también trata de evolucionar en nuevos mercados como el arte y la cultura. Esto último lo lleva a cabo con exposiciones subvencionadas a artistas en evolución en museos de gran importancia nacional (como el museo Sorolla o el Guggenheim). También utiliza la acción social como método de entrada en mercados internacionales con programas de cooperación.

En este caso, analizaremos las diferentes campañas que lleva a cabo la fundación y su repercusión social.

Palabras Clave: barreras sociales; objetivo; nuevos mercados.

ABSTRACT

The Iberdrola's Foundation belongs to a group of companies within Iberdrola S.A. and it emerged in early 2002 in Basque Country. Currently, the principal headquarters of the foundation it's in Bilbao (Basque Country, Spain). The foundation was born with the purpose to struggle against environment and social barriers. Its main objective is to help in different scopes like climate change, art and culture or social action.

The foundation pursues the objective by entering in known markets to the group's leading companies, such as biodiversity, but it also tries to evolve in new markets such as art and culture. Last one, carried out by subsidized exhibitions to evolving artists in museums of great national importance (such as the Sorolla Museum or the Guggenheim). It also uses social action as an entry method into international markets with cooperation programs.

In this case, we are going to analyze different campaigns carried out by the organization and its social repercussion.

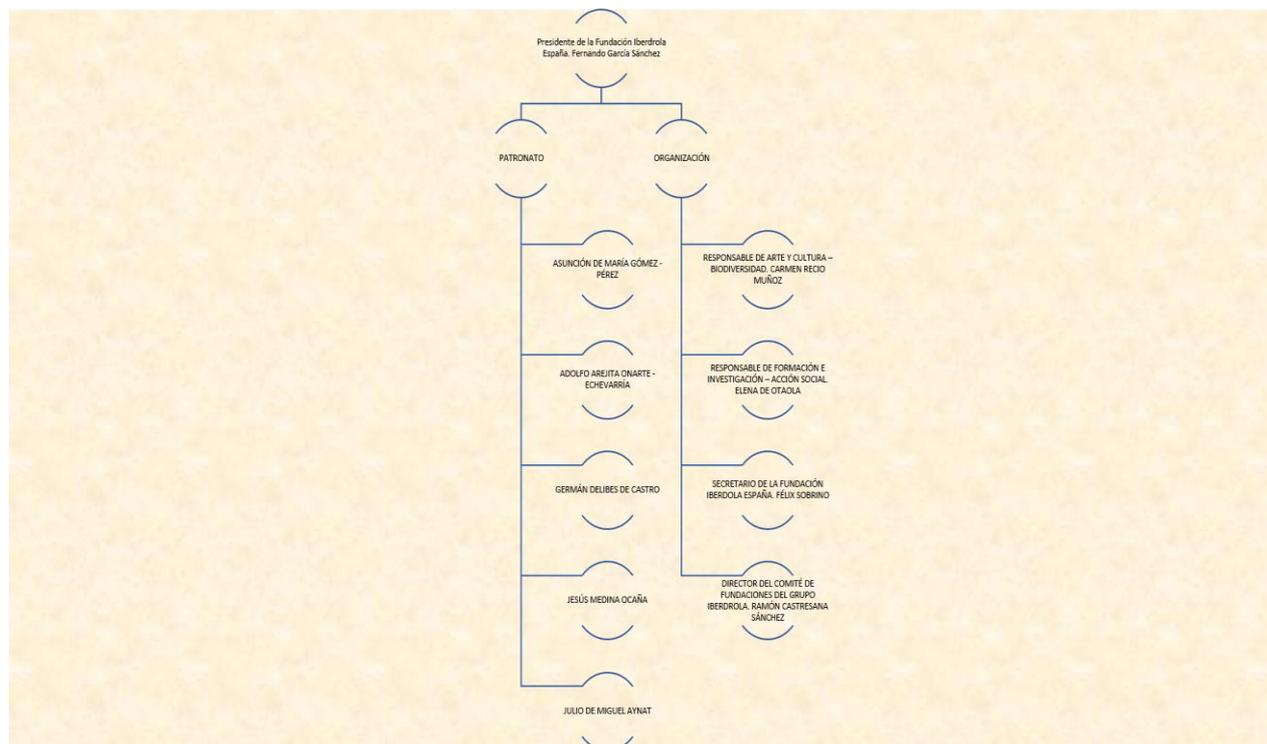
Key Words: social barriers; objective; new markets.

1. INTRODUCCIÓN

Como hemos comentado anteriormente, hablaremos de la Fundación Iberdrola España S.A. Sus objetivos se basan en complementar la función principal de la empresa principal, otorgar un servicio a sus clientes mirando siempre por el medio ambiente. El objetivo de la fundación es colaborar con diferentes entidades tanto nacionales como internacionales para conseguir crear valor social y alcanzar el desarrollo sostenible.

Fue fundado el 13 de marzo de 2002 por el grupo Iberdrola S.A. en el País Vasco. Está presidido por Fernando García Sánchez y le acompaña su equipo de gobierno formado por 5 líderes de patronato. En la organización, también cuenta con responsables de cada sección que ocupa la empresa (responsabilidad civil, arte y cultura, etc.).

Figura 1. Organigrama de la Fundación Iberdrola España S.A.



Fuente: Elaboración propia.

La finalidad de la fundación es contribuir a crear una sociedad mejor. Para ello, utiliza dos mecanismos donde incluye sus valores y propósitos más importantes en los planes de acción futuros:

- Contribuyendo a crear valor social de forma sostenible para las personas más vulnerables, teniendo como referencia los valores éticos que destacan en la compañía (transparencia, calidad, cuidado del ambiente, etc.) para poder alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible.
- Ofreciendo una respuesta basada en el compromiso social del grupo Iberdrola, trabajando coordinadamente en los objetivos definidos por el Comité de Fundaciones.

Para ello, la fundación centra su actividad en conseguir unos objetivos en un período a largo plazo que engloba en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Entre ellos se encuentra luchar contra la pobreza, acceso a una educación de calidad, erradicar las diferencias de género, la lucha contra el cambio climático o inclusión social de personas con discapacidad.

Cabe comentar que también ofrece diferentes becas al arte y cultura y ayudas a la investigación. La fundación está comprometida con el impulso de la investigación en materia de energía y cambio climático. En este tipo de mercado se centra en evolucionar dentro del mismo en diferentes áreas:

- Generación limpia: la tecnología fotovoltaica es la gran revolución de la compañía, aunque también hace hincapié en las energías renovables e invirtiendo mayormente en tecnología eólica.

- Redes y sistema eléctrico: invierte en alta tensión en corriente continua, tecnologías avanzadas de almacenamiento de energía, redes eléctricas inteligentes, etc.
- Clientes y demanda: se centra en la gestión de la demanda y recursos energéticos distribuidos.
- Nuevos vectores para la electrificación de la economía: se vuelca en los vehículos eléctricos, mercado que se encuentra en auge actualmente, coordinando sus esfuerzos para conseguir también la eficiencia energética que tanto persiguen.
- Áreas transversales: este sector trata de las implicaciones económicas y medioambientales de todas las tecnologías descritas y su impacto en el sistema eléctrico del futuro, el impacto de la digitalización y las nuevas tecnologías de la información en el sector eléctrico, la innovación sostenible en el campo del acceso a la energía, etc.

Figura 2. Noticia ayudas investigación de la Fundación

Empresas Economía

Recta final de las ayudas de Iberdrola a jóvenes investigadores en la energía del futuro

REPÚBLICA | 07/05/2020

Desde 2011, la Fundación Iberdrola España ha destinado más de 3 millones de euros al desarrollo de 180 investigadores

La convocatoria de las ayudas a la investigación para el curso 2020-2021 de Iberdrola, a través de su Fundación en España, se encuentra en la recta final. Con una dotación de 400.000 euros, el proceso de inscripción permanece abierto hasta el próximo 15 de mayo. A partir de ahí, la Fundación Iberdrola España seleccionará hasta 20 proyectos de investigación relacionados con el desarrollo de las energías

Lo más leído | Lo último | Etiquetas

1. Rivera y Villegas se 'pasarán' al PP mientras Arrimadas se entrega a Sánchez en los PGE
2. Una concejal de Palma dice que "los hombres con penes pequeños suelen ser más beligerantes"
3. Castilla-La Mancha decretará el cierre del interior de los bares en Toledo, Cuenca y Talavera
4. Al menos diez vacunas, en la Fase 3 de su desarrollo
5. Andalucía solicitó el toque de queda antes de las 22 horas, pero Sanidad no lo autorizó
6. Bruselas no ve "razones para pensar" que el plan del Gobierno contra las 'fake news' viole la libertad de prensa
7. Las precipitaciones se dan una tregua hasta el próximo jueves
8. Trump cesa a Mark Esper como secretario de Defensa y nombra a Christopher Miller como sustituto
9. España registra 512 muertes por Covid-19 este fin de semana, récord de la segunda ola
10. Bárcenas se ofrece de nuevo a colaborar con los fiscales del caso Gürtel sobre la corrupción en el PP

Fuente: <https://www.republica.com/2020/05/07/recta-final-de-las-ayudas-de-iberdrola-a-jovenes-investigadores-en-la-energia-del-futuro/#>

Finalmente, la fundación tiene diferentes programas de acción social basados tanto en alianzas con instituciones sociales de referencia, como en programas de cooperación nacional, como en el propio programa social de la compañía.

2. DESARROLLO DEL CASO

Acción social

La fundación Iberdrola España tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de las personas que son más vulnerables en aquellas comunidades donde la empresa desarrolla su actividad. El programa de ayudas sociales ha creado una serie de alianzas con diferentes entidades sin ánimo de lucro para llevar a cabo proyectos de cooperación y solidaridad.

Estos proyectos van destinados para los grupos considerados más vulnerable: infancia, juventud y mujeres. Y lo que buscan es superar situaciones de pobreza y fomentar la inclusión social con dos herramientas útiles como son la educación y la formación.

El "Programa Social 2021" tiene como objetivo ayudar a reducir el impacto de la crisis económica provocada por el COVID-19 en las personas más necesitadas.

- Pobreza infantil: ayudas a las familias con unos ingresos bajos para cubrir necesidades básicas, conseguir que tengan una alimentación nutritiva y hacer que el impacto del COVID-19 sea menor.
- Educación inclusiva: ayudan a reducir la brecha educativa y fomentar la formación para que los jóvenes accedan a la vida laboral. También dan alternativas de ocio con medidas de precaución y así evitar la transmisión del virus.
- Inclusión social: gracias a la innovación de los centros ocupacionales, se ha podido ayudar a los niños y jóvenes con discapacidad y así conseguir el alivio de las familias.
- Apoyo a las mujeres: el objetivo es acabar con cualquier forma de discriminación contra las mujeres y que tengan la oportunidad de acceder a la educación y al mercado laboral.

Por otro lado, la fundación, presenta dos grandes proyectos de acción humanitaria en países en vías de desarrollo dentro del “Programa Cooperación Internacional”.

- Abastecimiento energético en un campo de refugiados en Etiopía:

La Fundación Iberdrola se unió con La Agencia Española de Cooperación al Desarrollo (AECID) y con algunas empresas privadas del sector eléctrico la Alianza Shire para este proyecto. Su objetivo es dotar de suministro eléctrico al campo de refugiados de Adi-Harush en Etiopía. En este asentamiento, en el cual hay unos 8.000 refugiados, han conseguido extender y mejorar la red eléctrica con diferentes actuaciones como las siguientes:

- Instalación de 4 km de alumbrado público (64 puntos de luz).
- Iluminación interior de 7 cocinas comunitarias.
- Se han conectado a la red eléctrica las cocinas comunitarias, la escuela, el centro de negocios y un centro de bienestar para mujeres y niñas.
- Se repararon los transformadores.
- Y se instalaron protectores de red en 14 servicios comunitarios.

❖ Construcción de un centro de protección de menores en Mauritania:

En colaboración con *Save the Children* se construyó durante 2019 este nuevo centro de protección infantil en Nuadibú. Dada su estratégica posición por las rutas migratorias genera grandes migraciones internas e internacionales y sobre todo de niños y niñas.

El objetivo de este centro es tanto acoger como proteger a todos estos niños antes los peligros de la calle y así mismo ofrecer proyecto de educación y necesidades básicas. Este centro tiene capacidad de 40 personas y está en una situación complicada por el tema de aforo. Por ello El Ministerio de Acción Social, Infancia y Familia de Mauritania ha pedido a la Delegación de la Unión Europea que se construyera un nuevo centro.

En un primer momento se pretendía:

- Construir y acondicionar el nuevo centro, el cual proporcionará alfabetización y educación, servicios de comedores y aseos y espacios para el ocio para 100 niños.
- Capacitar al personal para que puedan dar servicios de protección a la infancia.
- Habrá un fondo de emergencia para poder proporcionar alimentos, ropa o medicina según las necesidades de cada niño.
- Posteriormente se facilitarán soluciones de energía a este centro y el personal adquirirá capacidades técnicas sobre la provisión de estas fuentes energéticas.

Figura 3. Poblado en el que se encuentra el centro de protección de menores



Fuente: Google Imágenes.

Arte y cultura

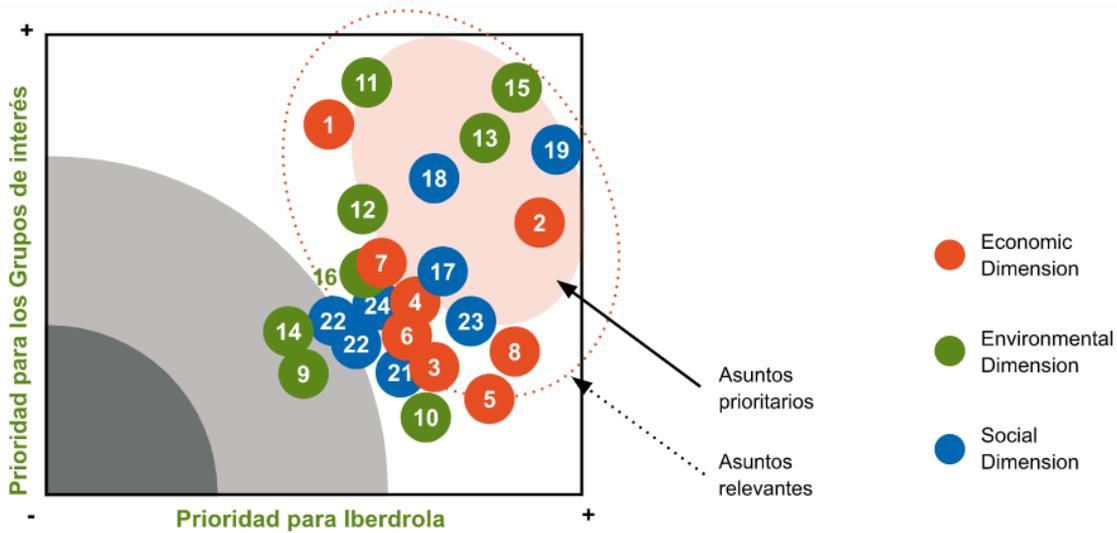
Otro de los objetivos es promover la cultura, y para ello realizan las siguientes cuestiones:

- La restauración, conservación e iluminación del patrimonio histórico-artístico con la ayuda de entidades responsable, y con esto ayudar a la riqueza y el desarrollo de diferentes regiones.
- Realización de exposiciones y muestras del patrimonio artístico e industrial de Iberdrola para mostrar el patrimonio artístico e industrial de Iberdrola.
- Promoción del arte y cultura de nuestros territorios, sobre todo en los territorios donde actúa Iberdrola en unión de las manifestaciones culturales presentes, apoyando técnica y económicamente con museos, teatros y asociaciones culturales.

Biodiversidad y cambio climático

Se centran en el apoyo a la protección del medio ambiente y la contribución en la lucha contra el cambio climático actuando en las siguientes áreas:

- Protección de la avifauna ayudando a la conservación de las aves para evitar la extinción de ciertas especies.
- Conservación de hábitats con el objetivo de ayudar a la protección de los espacios naturales desde el punto de vista de la lucha contra el cambio climático.
- La divulgación. Promover la difusión para mejorar la biodiversidad y concienciar a la gente sobre los efectos negativos que puede causar el cambio climático.

Figura 4. Gráfica que muestra las prioridades de la fundación diferenciando en tres dimensiones

Fuente: Google Imágenes.

En este gráfico podemos observar como la estrategia de la fundación se centra en asuntos más sociales y de medio ambiente que económicos. Trata de centrar ahí su atención debido a la prioridad de la compañía en conseguir los objetivos de desarrollo sostenible (ODS). Si recordamos, trataban de luchar contra la pobreza (problema social) o luchar contra el cambio climático (problema medioambiental). Esa es la razón de que la fundación otorgue mayor relevancia a este tipo de asuntos que a otros como pueden ser lo económicos. Aquí observamos un proyecto de colaboración de la fundación con el Programa Migra, encargado de recoger datos de la migración de esta especie con el objetivo de mejorar su conservación en nuestros ecosistemas.

Figura 5. Noticia colaboración medio ambiente

Medio ambiente

Los aguiluchos cenizos viajan 3.000 kilómetros para regresar a España



REPORTAJES | ELDIAdigital

Los aguiluchos cenizos marcados con GPS están regresando desde África hasta sus nidos de cría en España, según los datos de SEO/BirdLife que en el arco del Programa Migra, en colaboración con Fundación Iberdrola marcó varios ejemplares durante las primaveras de 2018 y 2019.

Fuente: <https://eldiadicom.es/art/325130/los-aguiluchos-cenizos-viajan-3000-kilometros-para-regresar-a-espana>

3. PREGUNTAS/CUESTIONES PARA LA DISCUSIÓN

Cuestión 1. Fundación Iberdrola, ¿Acción ética o publicidad?

La fundación Iberdrola está muy concienciada con realizar acciones sociales con la finalidad de mejorar la calidad de vida de las personas más vulnerables en los sitios donde la organización desarrolla su actividad. Para lograr esto, establece una serie de acuerdos con entidades sin ánimo de lucro y juntos realizan proyectos de cooperación y solidaridad.

Los proyectos principales en los que trabajan son:

- Educación como herramienta para superar la pobreza infantil.
- Inclusión social de personas con discapacidad.
- Mejorar la calidad de vida de las personas con enfermedades graves.

Como objetivos de desarrollo sostenible, su prioridad es: poner fin a la pobreza; la salud y el bienestar de los ciudadanos; garantizar una educación de calidad; y conseguir igualdad de género y poder reducir las desigualdades.

Para poder llevar a cabo todo este tipo de acciones destacan su programa social; su programa de Cooperación internacional; y sus alianzas con instituciones sociales de referencia.

Cuestión 2. ¿Está teniendo éxito la fundación?

La fundación desde el momento de su creación consigue financiación para sus proyectos o se autofinancia para poder llevarlos a cabo, dado que es una organización conocida a nivel mundial, junto con las acciones que realiza, consiguen tener una mayor repercusión mediática, generando respuestas positivas por parte de la sociedad.

Desde el origen de la fundación ha realizado numerosos proyectos que han tenido una gran acogida por parte de todos, entre las que podemos destacar:

- “Bosques defensa Iberdrola”, reforestando zonas verdes con el fin de conservar el entorno natural y proteger el medio ambiente.
- “Tajo Internacional” para la recuperación y mejora del hábitat del sisón común (*Tetrax tetrax*) (colaborando con la Consejería de Medio Ambiente y Rural de la Junta de Extremadura)
- Numerosos proyectos de restauración de iglesias y monumentos arquitectónicos.
- Beca Internacional Fundación Iberdrola – Museo Nacional del Prado, apoyando su taller de restauración con becas de formación e investigación para especialistas en conservación y restauración del patrimonio.

Cuestión 3. ¿En cuántos ámbitos se mueve Fundación Iberdrola?

Entre sus colaboraciones podemos encontrar patrocinios con diversos museos en sus exposiciones, apoyando nuevas manifestaciones artísticas dándolas a conocer con el objetivo de apoyar a la cultura.

- En el ámbito de la Formación e Investigación, la fundación Iberdrola tiene alianzas con instituciones académicas de referencia que garantiza el acceso a la formación y la investigación, colaborando con: Fundación Princesa de Girona (Programa de Becas al Talento Emprendedor); Fundación Universitaria Comillas-ICAI (Programa Ciencia, Tecnología y Ética Social); Fundació Universitat Jaume I Empresa; Fundación General Universidad de Salamanca (promover las relaciones entre la USAL y las entidades públicas y privadas en cualquier ámbito de interés mutuo).
- Respecto al ámbito de la biodiversidad y el cambio climático, trabajan con diferentes instituciones y empresas para mejorar el entorno ecológico y proteger la biodiversidad. Algunos de sus acuerdos más relevantes en materia ambiental: Fundación Premios Rey Jaime I. Premio Medio Ambiente; Presidencia del Gobierno (La agenda 2030 y los ODS, objetivos de desarrollo sostenible); Creación de zonas húmedas en el norte de Burgos, colaborando con la Fundación Patrimonio Natural de Castilla y León (proyecto ya finalizado); también colaborando con la Fundación Patrimonio Natural de Castilla y León, se llevó a cabo el Plan de conservación del águila perdicera en los Arribes del Duero (proyecto ya finalizado)

- En el ámbito del Arte y la Cultura tiene alianzas con Instituciones Culturales de referencia que le permiten promover y conservar la cultura para garantizar el acceso al patrimonio cultural y artístico de la sociedad, colaborando con el Museo Nacional del Prado, como ya hemos mencionado anteriormente.
- Podemos concluir este apartado con las alianzas que la Fundación tiene con Instituciones Sociales de referencia, como son: CERMI (apoyando los ciclos de conciertos CERMIMÚSICA, dirigidos a colectivos con discapacidad física o intelectual); Fundación Alcándara (con el objetivo de acompañar a personas en situación de desamparo frente a las drogas y otras adicciones); Fundación GIZKAIA (proyecto hombre Bizkaia); y Cruz Roja Española.

Figura 6. La “Reforestación de Renedo Cabezón” fue la primera actuación del Plan Bosque Defensa Iberdrola



FUENTE: [HTTPS://WWW.FUNDACIONIBERDROLAESPANA.ORG/BIODIVERSIDAD-Y-CAMBIO CLIMATICO/BOSQUES-DEFENSA-IBERDROLA](https://www.fundacioniberdrola.espana.org/biodiversidad-y-cambio-climatico/bosques-defensa-iberdrola)

4. CONCLUSIONES

Para terminar, comentaremos nuestra valoración personal respecto a las actividades realizadas por la Fundación e intentaremos indicar alternativas o propuestas de cara a mejorar la efectividad de la compañía.

En primer lugar, sabemos que la fundación pertenece a Iberdrola S.A., por lo que intenta crear una empresa dentro del grupo que luche por valores sociales. Más profundamente, han tratado de introducirse en mercados diferentes, mediante la diversificación. Han introducido valores sociales, cuidado del medio ambiente o incisión en el arte y la cultura.

Lo han llevado a cabo de diferentes maneras:

- Acción Social: programas y proyectos sociales internacionales.
- Arte y Cultura: cuidado del patrimonio histórico, exposiciones en museos de renombre nacional, manifestaciones de arte nacionales históricas, etc.
- Biodiversidad: importancia a la fauna y flora en peligro.
- Cambio climático: concienciar a la población de los problemas que puede causar y como poder combatirlos.

En segundo lugar, se involucra directamente con los investigadores y proyectos de este segmento de mercado, ya sea mediante ayudas económicas en forma de becas o con becas de investigación internacionales.

En tercer y último lugar, comentar sus logros objetivos:

- Preocupación social de aves migratorias
- Reforestación de los bosques nacionales
- Proyectos de arte y cultura con exposiciones

- Gestión de recursos energéticos

Y los logros subjetivos:

- Concienciar a la población del cambio climático
- Pensamiento de ayuda social a clientes del grupo
- Nutrir de conocimientos de energía renovables a la gente interesada

En nuestra opinión, la fundación persigue sus objetivos de manera correcta. Es decir, intenta recurrir a la población para su satisfacción a la hora de conseguir sus finalidades, ya sea mediante proyectos sociales o mediante acuerdos internacionales.

Si algo tuviese que mejorar la fundación es la manera de darse a conocer. Si es cierto que es transparente en cuanto a la información que encuentras, pero también es muy complicado encontrar dicha información. Quizá la mejora de recursos online sería beneficiosa para el grupo.

BIBLIOGRAFÍA

- Hernández, R. (2020, 3 noviembre). Fundación Iberdrola España. Recuperado de <https://www.fundacioniberdrolaespana.org/>
- R. (2020, 7 mayo). Recta final de las ayudas de Iberdrola a jóvenes investigadores en la energía del futuro. Recuperado de <https://www.republica.com/2020/05/07/recta-final-de-las-ayudas-de-iberdrola-a-jovenes-investigadores-en-la-energia-del-futuro/#>
- Museo Nacional Thyssen-Bornemisza. (2020). Fundación Iberdrola. Recuperado de <https://www.museothyssen.org/apoyo/apoyo-empresarial/empresas-participantes/fundacion-iberdrola>
- Unizar. (2020). Convocatoria de Ayudas a la Investigación en Energía y Medio Ambiente 2020. Recuperado de https://www.unizar.es/gobierno/vr_investigacion/sgi/doc/Bases_Ayudas_Invest_2020-COVID-19.pdf
- E. (2020a, abril 8). Los aguiluchos cenizos viajan 3.000 kilómetros para regresar a España. Recuperado de <https://eldiigital.es/art/325130/los-aguiluchos-cenizos-viajan-3000-kilometros-para-regresar-a-espana>