

LA HORA DE ACTUAR

María del Carmen Hidalgo Alcázar
Pablo Gutiérrez Rodríguez
Universidad de León (España)

Amanda Alcalde Alonso
Alfonso Aparicio Puente
Elena Cernuda Álvarez
Rosalía Conde Rodríguez
Cristina González Fernández

Resumen:

En el año 2019 tuvo lugar la colaboración entre la empresa relojera de lujo Breitling y el grupo de defensa ambiental sin ánimo de lucro denominado Ocean Conservancy. Se trató del lanzamiento y puesta en venta de un reloj de edición limitada llamado Superocean Heritage Ocean Conservancy Limited Edition. Los beneficios obtenidos en la campaña se destinaron a la limpieza de las playas en la provincia de Bali (Indonesia). Además de la mencionada limpieza del ecosistema, también se produjo una donación de los ingresos obtenidos a través de la venta del reloj directamente a la organización Ocean Conservancy para permitirles seguir luchando por la buena conservación del medio ambiente con iniciativas como la analizada a continuación. Por otro lado, uno de los objetivos fundamentales era el de aportar visibilidad y alertar del mal estado en el que se encuentran las playas actualmente, dañando de manera muy grave a la fauna y la flora de estos lugares y buscando, además, concienciar a la población.

Abstract:

In 2019 a collaboration took place between the Swiss luxury watchmaker company Breitling and the non-profit environmental advocacy group Ocean Conservancy. It consisted on the launch and sale of a limited edition watch called the Superocean Heritage Ocean Conservancy Limited Edition. The benefits obtained from the campaign went towards cleaning the beaches in Bali province, Indonesia. In addition to the aforementioned cleanliness of the ecosystem, there was also a donation of the proceeds obtained through the sale of the watch directly to the Ocean Conservancy organization to allow them to continue fighting for the good conservation of the environment with initiatives such as the one discussed below. On the other hand, one of the fundamental objectives was to provide visibility of the poor condition in which the beaches are today, seriously damaging the fauna and flora of these places, seeking to raise awareness of the population.

1. Introducción

Breitling es una marca de alta relojería suiza fundada por Léon Breitling, un relojero experto que creó relojes y herramientas de medición inteligentes en su taller de St. Imier. Gracias a las innovadoras características que desarrolló para sus relojes de bolsillo, la compañía obtuvo una gran reputación.

Léon Breitling se centró en los cronógrafos, cada vez más demandados para aplicaciones industriales, militares y científicas, así como para organizaciones deportivas. Léon Breitling obtuvo una patente para un modelo simplificado, que se distinguía de sus competidores a través de su diseño elegante, proceso de fabricación sencillo y mantenimiento sencillo.

La compañía creó un movimiento con una increíble reserva de energía de 8 días. Era un cronógrafo con una precisión de dos quintos de segundo. Los médicos valoraron mucho un modelo con un pulsograma, que presentaba una escala logarítmica ideal para medir la frecuencia del pulso de un paciente. La compañía había vendido más de 100.000 cronógrafos y cronómetros.

Cuando Léon Breitling murió, su hijo Gaston se encargó del negocio de la familia, el cual había heredado la pasión por los cronógrafos como su padre, y lo demostró lanzando uno de los primeros cronógrafos de muñeca del mundo con una pieza de empuje separada sobre la corona del reloj.

En el año 1923, un reloj de bolsillo patentado con dos pulsadores de cronógrafo fue la sensación del momento. El botón en la posición de las 2 en punto se utilizó para iniciar y parar, mientras que el botón que estaba en la corona, se utilizaba para restablecer el mecanismo del cronógrafo. De esta manera, fue posible que el cronómetro midiera varias veces en secuencia. La mayoría de las esferas no estaban firmadas, hasta que finalmente en 1920 apareció el nombre del fabricante en los relojes.

Cuando Gaston falleció, su hijo Willy con solo 14 años no pudo hacerse cargo de la empresa, por lo que la compañía tuvo que ser dirigida por un equipo externo durante cinco años. La compañía pudo sobrevivir al colapso de Wall Street y también a la Gran Depresión, y fue cuando Willy, pese a su corta edad, estaba preparado para hacerse cargo de la empresa. Los cronógrafos continuaban siendo entonces la parte vital de la compañía. Hasta el año 1934, los relojes de pulsera que contaban con cronógrafo solamente tenían un solo pulsador, por lo que, tras un inicio y una parada, inevitablemente se produjo un reinicio. Willy Breitling observó este hecho como un problema clave, fue en ese mismo año, cuando lanzó una patente para el primer cronógrafo en todo el mundo que contaba con dos pulsadores.

Más tarde apareció un prototipo de reloj sin precedentes, el Navitimer de Breitling, cuyo nombre proviene de «navigation» («navegación») y «timer» («temporizador»). Se caracteriza porque está equipado con la regla de cálculo específica para aviación y desde entonces ha sido la primera elección para muchos pilotos, líneas aéreas y fabricantes aeronáuticos.

En noviembre de 1982 la compañía se registró con la denominación de Breitling Montres SA, trasladándose a Grenchen. Dos años después, celebraron su 100 aniversario con un diseño nuevo caracterizado por índices móviles en el bisel y un calibre de cronógrafo automático. Este diseño se había desarrollado para la escuadrilla de vuelo italiana Frece Tricolori.

Años más tarde, concretamente en el año 2017, Breitling pasó a formar parte de CVC Capital Partners, siendo Georges Kern el CEO de la empresa, quien tenía una trayectoria en el sector relojero, dispuesto a proseguir con una rica tradición.

Finalmente, en el año 2018 a Breitling se le propuso realizar una colaboración con **Ocean Conservancy**, que es una organización centrada en la lucha global para mantener los mares con buena salud y en la limpieza de las playas. Por lo tanto, la compañía se dispondrá a limpiar playas por todo el mundo, con el propósito de educar a los niños para así enseñarles que deben devolverle la salud a los mares para evitar que se propague la contaminación.

Además, Breitling se ha propuesto donar a Ocean Conservancy parte de los ingresos que obtenga de las ventas de una edición limitada especial del reloj **Superocean Héritage** que han diseñado.

A continuación, se muestran los distintos diseños del reloj de la colaboración en la Figura 1.

En cuanto a la ONG con la que realiza la colaboración Breitling, **Ocean Conservancy** es un grupo sin ánimo de lucro con sede en Washington D.C., que lucha por mantener a salvo el medio ambiente. Se centra en proteger los océanos, y más concretamente el Ártico. Este grupo, consigue convocar a más de

medio millón de voluntarios de diferentes países para llevar a cabo limpiezas de mares, ríos y lagos, para así evitar que la basura los contamine. Esta organización trabaja para formular leyes que protejan a los océanos.

Figura 1. Diseños de la colección Superocean Héritage



Fuente: [<https://www.breitling.com/es-es/watches/superocean-heritage/?search%5Bref%5D=&search%5Bsorting%5D=newest>] a fecha 18/10/2019.

Se puede decir que realizan un trabajo muy importante para concienciar a la población, ya que hay muchas personas que no son conscientes de que verter basura a los mares puede ser algo muy negativo para el planeta.

2. Desarrollo del Caso

El 10 de mayo de 2019, Breitling cooperó con Ocean Conservancy, llevando a cabo limpiezas de playas en Bali, en las que participaron 100 invitados de Breitling y cientos de voluntarios procedentes de Bali y alrededores.

Se consiguió retirar de la playa cientos de kilos de basura y plásticos, donando parte de los beneficios a Ocean Conservancy obtenidos de las ventas de 1000 ejemplares de un cronógrafo de una edición de colección de edición limitada. El éxito de esta colaboración reside en:

Antecedentes

El primer reloj Superocean se lanzó en 1957 y su finalidad principal era cubrir las necesidades del buceo profesional, pero su diseño y calidad hizo que se ganase a otro tipo de público. El rendimiento del reloj era excelente y su funcionalidad extraordinaria. No solo llamaba la atención las características físicas del producto, sino que también se trataba de una llamada a la acción, recordándonos que todos podemos aportar una contribución significativa a la conservación de océanos y playas. Por lo tanto, comprar un reloj Superocean, para el consumidor no solo aportaba elegancia y funcionalidad si no también, conciencia medioambiental ya que parte de las ventas del reloj serán donadas a Ocean Conservancy y su lucha en todo el mundo contra la polución de los mares.

Surfer squad

La marca de relojes cuenta con la Breitling surfer squad, surfistas que personifican la pasión de Breitling por el mar, uno de los pilares temáticos de sus colecciones de relojes junto con el aire y la tierra. La limpieza contó con la ayuda de estos miembros del Surfers Squad de Breitling, quienes reflejan los valores de dinamismo propios de la marca: actuación, resolución y espíritu pionero (*Ver figura 2*).

Ejemplo de esto son el norteamericano Kelly Slater, el surfista de más éxito de toda la historia, y las australianas de gran talento como son Stephanie Gilmore y Sally Fitzgibbons, todos ellos comprometidos con la conservación de mares y océanos, son surfistas que personifican la pasión de Breitling por el mar, uno de nuestros pilares temáticos junto con el aire y la tierra.

«Como siempre digo –y al hacerlo creo estar hablando en nombre de todo el Surfers Squad–, las playas son nuestras oficinas. Aquí y en playas y océanos de todo el mundo hemos visto cosas terribles, y por eso me gustaría dar las gracias a Breitling y a OceanConservancy por combinar sus esfuerzos en la lucha contra la

contaminación de plásticos. Todos podemos contribuir a un medio ambiente más limpio, por nuestro bien y por el de generaciones futuras», así expresaba el surfista Kelly Slater.

Breitling ha reforzado también su compromiso medioambiental mediante la asociación con Outerknown, fabricante de ropa sostenible.

Figura 2. Limpieza de las playas de Bali en mayo del 2019



Fuente: Página web oficial de Breitling a fecha 25/10/2019

Un reloj de edición limitada

Se trata de un reloj fabricado por la marca exclusivamente para la colaboración con Ocean Conservancy, cuyo precio es de 5.800 €.

El modelo Superocean Heritage Ocean Conservancy Limited Edition destaca por llevar grabado en el dorso de la caja el logotipo de Ocean Conservancy y el número de edición limitada «1 OF 1000» (Ver Figuras 3 y 4).

Figura 3 y 4: Superocean Heritage Ocean Conservancy Limited Edition



Fuente: Página web oficial de Breitling a fecha 28/10/2019

El cronógrafo, impulsado por un movimiento mecánico Calibre 13 de Breitling, presenta bisel rotatorio unidireccional en material ultra duro y resistente a arañazos y choques, en el que se ve además un punto central luminoso a las 12 horas, elemento de importante utilidad para buceadores. El punto, al igual que las manecillas de los minutos y las horas, está revestido con Super-LumiNova y emite luz azul en vez de la tonalidad verde estándar. Esta variación cromática armoniza con el diseño del reloj, cuya esfera de tono plateado se completa con la inscripción «Superocean». El conjunto culmina con toques azules y el segundero central en azul, a los que se añaden las esferas internas en variaciones de la misma tonalidad con detalles azules y niquelados.

Innovación y tecnología

Para demostrar su conciencia con el medioambiente, su plan de acción no solo se centra en colaboraciones con personalidad reputadas en el mundo del deporte o en la creación de un producto limitado. La composición del reloj también es un factor fundamental en el éxito de la campaña. Resaltando las cualidades innovadoras y tecnológicas y el empeño por la calidad de la marca, el cronómetro ha sido elaborado en acero inoxidable junto con una pareja de correas NATO confeccionadas en hilo ECONYL, un

material innovador reciclado a partir de residuos de nylon y que procede, entre otras fuentes, de redes de pesca utilizadas en océanos de todo el mundo. Son correas extremadamente duraderas y el hilo ECONYL puede reciclarse indefinidamente.

Por otro lado, la presentación del producto como ecológico la realiza a través del embalaje, fabricado con material 100% reciclado.

Ocean Conservancy

Ocean Conservancy ha abordado las mayores amenazas existentes en el océano. Ya sea luchando por terminar con la sobrepesca o para preservar el desierto del Ártico, Ocean Conservancy apoya soluciones basadas en la ciencia para un océano saludable, y las personas, la vida silvestre y las comunidades que dependen de él. Luchar contra las adversidades medioambientales, es un trabajo duro que requiere asociaciones entre empresas para una mayor eficacia y rango de actuación.

Para Ocean Conservancy es sustancial asociarse con empresas de carácter privado, porque consideran que tienen un papel inestimable que desempeñar en la conservación de los océanos: a través de inversiones, prácticas comerciales sostenibles y políticas y soluciones que marcan la diferencia para nuestro océano y nuestras comunidades.

Este tipo de prácticas tiene resultados medibles y los socios privados resultan determinantes para avanzar en estrategias sostenibles y proporcionar liderazgo en nombre del océano.

Se asocian de diversas formas y entre ellas destacan la colaboración con la empresa de relojes de lujo Breitling, apoyando el océano a través de innovadoras campañas de marketing de causas, como las que se han hablado anteriormente.

La exitosa colaboración se da gracias a la armonía que existe entre ambas marcas. Los valores de Ocean Conservancy encajan como en engranajes con los de Breitling. Ocean Conservancy busca soluciones medibles a través de la tecnología y la ciencia para un océano saludable. Por otro lado, Breitling innova constantemente para crear relojes pensados para responder a un uso intensivo en las condiciones más extremas, como la de buceadores expertos. Por lo tanto, los consumidores de la marca resultan los principales interesados en la colaboración.

Outerknown

La marca de relojes no solo ha colaborado con la ONG Ocean Conservancy, también ha seguido produciendo relojes para el medio ambiente acuático, y se ha comprometido durante varios años a limpiar los océanos y las playas a través de su asociación con Outerknown y cofundador de la marca de ropa ecológica, Kelly Slater, considerada la mejor surfista del mundo.

Figura 5: Pulseras de la OTAN en ECONYL® © Breitling



Fuente: Página web oficial de Breitling

En cuanto a la colección de brazaletes Outerknown de la OTAN en hilo ECONYL, le da una nueva dimensión a este compromiso. Las pulseras de hilo ECONYL (Ver figura 5) están hechas de un material hecho exclusivamente de residuos de nylon reciclado. Las 18 referencias demuestran el fuerte compromiso de Breitling para salvaguardar el medio ambiente. Vienen en seis colores y cuatro tamaños, su hebilla es de acero inoxidable estándar o acero inoxidable con recubrimiento DLC. Estos modelos son coloridos y originales y reclaman una verdadera voluntad ecológica.

3. Preguntas para la discusión

Pregunta 1. *¿Creen que una firma de relojes es la más apropiada para concienciar a cerca del medio ambiente?*

Sí, ya que para concienciar a la población no tienes que dedicarte exclusivamente a actividades relacionadas con el cuidado del medio ambiente. Además, que una firma que se dedica a vender relojes de alta gama colabore con una ONG dedicada a esto, supone más impacto en la sociedad y, por lo tanto, grandes colaboraciones económicas. Se trata de una marca especializada en el océano, que crea relojes personalizados y diseñados con la última tecnología para buceadores expertos y amateurs, por tanto, sabe de primera mano que materiales dañan el mar y como protegerlo. Cualquier buceador espera encontrarse el océano limpio cuando profundiza dentro de él. Si tienen que comprar un reloj, preferiría una marca concienciada con el medioambiente, y puesto que el precio del reloj es bastante caro, si los beneficios se donan a una ONG, es un aspecto positivo a mayores.

Pregunta 2. *¿Opinan que es más beneficiosa una aportación económica o un voluntariado para ayudar en las limpiezas de playas?*

Las dos opciones son muy beneficiosas, ya que esta colaboración está caracterizada por ambas. Por parte de la opción económica, es necesaria ya que, a día de hoy, el dinero es un factor vital a la hora de adquirir cualquier producto o servicio, lo que favorece a que este tipo de campañas se puedan seguir realizando de manera continuada. Y por parte de la voluntaria, es muy necesario que haya personas que dediquen su tiempo a estas acciones de manera desinteresada, ya que, si tuvieran que contratarlas, el presupuesto de las campañas se vería reducido de gran manera.

Pregunta 3. *¿Considera que esta colaboración puede beneficiar el estatus de la marca?*

Sí, ya que al ser una marca de lujo puede tener un mayor impacto en la sociedad, lo que puede implicar que llegue a abarcar un mayor número de clientes que pueden acceder a sus productos.

Al tratarse de una marca cuya temática principal es la tierra, el mar y el aire, una colaboración con una ONG que lucha por la conservación de los mares, potencia la imagen de Breitling. La colaboración también ha permitido la presencia de su surfer squad, por lo tanto, se percibe una perfecta armonía con la temática.

4. Conclusiones

Hemos decidido realizar el presente caso docente ya que nos resultó llamativo que una marca de relojes de alta gama apoye a una ONG, de manera económica y aportando voluntarios y personas conocidas a limpiar las playas de basura y plásticos en un lugar como Bali. Nuestro grupo piensa que si grandes marcas, ya sean de complementos, moda o cualquier otro sector, apoyan a empresas no lucrativas y que se dedican a cuidar el planeta, todas las acciones llevadas a cabo tendrán mucha más repercusión y visibilidad en los medios de comunicación, y así, poco a poco, cambiar la mentalidad de las personas para mejorar en dichos aspectos.

La iniciativa de la marca de crear un reloj de edición limitada mediante la colaboración con Ocean Conservancy, nos parece una muy buena manera de ayudar a este proyecto, ya que otras marcas, al realizar este tipo de acciones, solamente donan dinero en ese momento, y no colaboran de una manera más proactiva. En este caso, Breitling puso a la venta un reloj a un precio alto, y que tenía grabado en el dorso de su caja el logotipo de la ONG, y también llevaba el número de unidad que era. De esta forma, querían hacer ver que su participación en este proyecto era total, y que era una empresa comprometida con el medio ambiente, y en este caso, con la limpieza de las playas.

Tenemos que destacar que la lujosa empresa de relojes también utiliza materiales reciclados, y de esta manera se posiciona en muy buen lugar de cara a la crítica social, ya que no solo participa en acciones concretas, sino también en su día a día.

Por otro lado, tenemos que resaltar la gran importancia que tienen entidades como Ocean Conservancy, ya que todos sus integrantes hacen posible que muchas playas de nuestro planeta estén limpias, y de esta manera, respetar todo el ecosistema. Cabe destacar que las personas que trabajan en estas asociaciones, lo hacen de manera voluntaria, es decir, sin recibir nada a cambio, y sin recibir en la mayoría de las ocasiones el reconocimiento que esto merece.

Para que todo este tipo de iniciativas se pongan en marcha, es necesario que empresas privadas se involucren activamente en iniciativas de este tipo, y que no solo lo hagan como método para promocionar sus productos y/o servicios en momentos puntuales.

Bibliografía

- Breitling: Ocean Conservancy|Colaboraciones. Recuperado en Octubre de 2019 de [<https://www.breitling.com/es-es/partnerships/ocean-conservancy/>].
- Breitling: Desde 1884: la historia de Breitling. Recuperado en Octubre de 2019 de [<https://www.breitling.com/es-es/since1884/>].
- Ocean Conservancy: Sobre nosotros. Recuperado en Octubre de 2019 de [<https://oceanconservancy.org/about/>].
- <https://www.surferrule.com/outerknown-de-slater-apto-para-todos/>
- Ocean Conservancy: Surf and clean. Recuperado en Octubre de 2019.<http://surf-and-clean.com/ocean-conservancy/>