

MARKETING SOCIAL DE LA EMPRESA SOLÁN DE CABRAS

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

Álvaro Tabuyo Martínez
Víctor Troya Hervías
Raúl Martínez Martínez de Compañón

Resumen:

La empresa Solán de Cabras se ha convertido con los años en un ejemplo claro de solidaridad y de cómo luchar contra el cáncer. Gracias a su repercusión se han llegado a donar una gran cantidad de dinero para la lucha contra esta enfermedad, y todo gracias a la concienciación a través de redes sociales (en las cuales algunos famosos han colaborado) y a los actos en los que ha participado, como la carrera de la mujer. También ha tenido una gran repercusión cambiando el color azul característico de sus botellas por el color característico de la lucha contra el cáncer que es el rosa.

Abstract:

The company Solán de Cabras has become over the years a clear example of solidarity and how to fight against cancer. Thanks to its impact they have been able to donate a large amount of money to fight this disease, and all thanks to the awareness-raising through social networks (in which some celebrities have collaborated) and the acts in which they have participated as the Women's race. It has also had a great impact by changing the characteristic blue color of its bottles with the characteristic color of the fight against cancer that is pink.

1. Introducción

La Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) es una organización sin ánimo de lucro formada por pacientes, familiares, voluntarios, colaboradores y profesionales. Desarrollan toda su actividad en España. Es una organización en la que trabajan unidos para educar en salud, apoyar y acompañar a las personas enfermas y sus familias, y financiar proyectos de investigación que permitirán un mejor diagnóstico y tratamiento del cáncer.

“Disminuir el impacto del cáncer en la sociedad sólo puede conseguirse con un enfoque integral, por eso cuidamos la salud de todos, estamos junto a las personas afectadas e impulsamos una investigación de calidad.”

Esta organización fue fundada en 1953 por José Biosca para ayudar a los enfermos de cáncer y luchar contra la enfermedad en todos sus frentes.

Solán de Cabras es una empresa con ánimo de lucro que colabora con la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC). A continuación, se va a explicar un poco más sobre esta empresa.

El manantial, en el Valle de Solán, es conocido desde tiempo de los romanos ya que existen testimonios escritos que recuerdan la curación de la artritis. En 1746, Pedro Gómez de Bedoya médico y escritor aporta datos que indican que este lugar se había convertido en centro de peregrinación para la sanación de multitud de enfermedades. En 1755, el rey Carlos III ordenara construir los baños y la casa hospedería que, todavía hoy, son parte de las instalaciones del Balneario de Solán. El autor y crítico literario, Juan Pablo Forner, fue el primero que divulgó sus beneficios terapéuticos, en el año 1787 en su libro "Noticias de las Aguas del Manantial de Solán de Cabras en la Serranía de Cuenca".

Baldomero Sanz y Sanz fundó la empresa donde en los años 1920 adquirió el balneario. Antonio del Pozo intervino en la difusión de la marca, en la ampliación de la planta embotelladora y en el aumento de la producción, haciendo de Solán de Cabras la marca de referencia en España. El Grupo Osborne en 2001 se convierte en el nuevo dueño de Solán. Osborne incrementó la facturación de Solán de Cabras en un 70%, reforzó su imagen de calidad (marca premium) y desarrolló innovaciones reconocidas internacionalmente como su icónica botella azul (ideada por Carlos Del Pozo). La división de aguas y zumos de Osborne es adquirida en 2011 por el grupo andaluz Mahou-San Miguel que, por tanto, se hace con la empresa Solán de Cabras.

Las características que hacen de Solán de Cabras un agua sin ningún tipo de comparación con otras es:

- Solán de Cabras es un agua de manantial pura y equilibrada que nace de la Serranía de Cuenca a unos 950 metros sobre el nivel del mar. Se nutre de lluvias de otros tiempos.
- El manantial está rodeado de una naturaleza privilegiada, y sobre todo el agua se mantiene a una temperatura constante de 21°C, con un caudal que no ha variado desde tiempos inmemoriales. Esto, además de la porosidad de las rocas que lo rodean, hacen que el agua Solán de Cabras tenga una mineralización muy débil.
- Después del transcurso del agua por el caudal, ésta reposa en un acuífero natural inaccesible, para ser embotellada a solo 100 metros de distancia, para perder las menos cualidades posibles.

2. Desarrollo del Caso

El lanzamiento del hashtag #GotasDeSolidaridad es una campaña que se engloba en el acuerdo contraído entre Solán de Cabras y la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC).

Esta campaña consiste en el lanzamiento al mercado de una edición especial en color rosa de su icónica botella (Figura 1), como parte de su campaña "Gotas de Solidaridad".

Solán de Cabras ha sido pionera en la colaboración con la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC). Su exitosa campaña de botellas rosas nace en el año 2014 y año tras año las botellas de la marca de agua se tiñen de este color tan característico de la lucha contra el cáncer de mama.

El objetivo de esta campaña es crear una corriente solidaria que mensaje a mensaje, botella a botella, les de ánimo y fuerza en su lucha contra el cáncer. "Gotas de Solidaridad" pretende conseguir miles de minutos de atención psicológica y generar una corriente de mensajes positivos dedicados a mujeres afectadas por

esta enfermedad. Este servicio de atención psicológica resuelve trastornos que surgen desde el momento en que una persona es diagnosticada, en el largo proceso de la enfermedad, así como durante el periodo de curación. Además, trabaja en el control del estrés y en técnicas para afrontar este tipo de situación.

Figura 1. Modelos de las botellas de color rosa de la campaña “Gotas de Solidaridad”.



Fuente: <https://solandecabras.es/productos/agua/> Fecha de consulta: 20 de octubre de 2019

Paralelamente a la acción en el punto de venta de las botellas de agua de color rosa, Solán de Cabras ha lanzado una campaña viral en redes sociales para que los consumidores puedan participar en la consecución de los miles de minutos de atención psicológica (Figura 2), enviando mensajes de apoyo a mujeres afectadas por esta enfermedad.

En esta acción muchas personas famosas y con muchos seguidores en sus redes sociales han querido colaborar y dar voz a esta campaña con el hashtag #GOTASDESOLIDARIDAD.

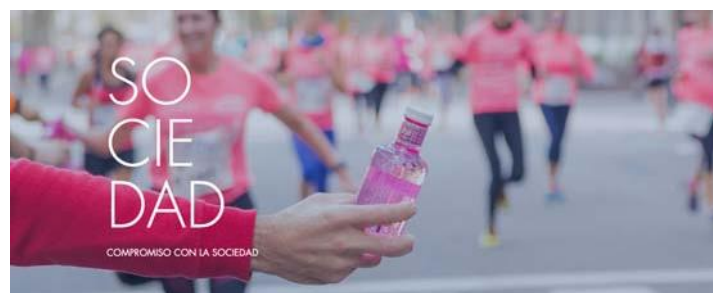
Figura 2. #GOTASDESOLIDARIDAD



Fuente: <https://twitter.com/raqsanchezsilva/status/718011441010356224> Fecha de consulta: 20 de octubre de 2019

Otra de las acciones que realiza Solán de Cabras en su compromiso con la sociedad es la colaboración en exclusiva con la carrera de la mujer (Figura 3).

Figura 3. Carrera de la mujer.



Fuente: <https://solandecabras.es/compromiso/sociedad/carrera-la-mujer/> Fecha de consulta: 21 de octubre de 2019

Se trata de un de los eventos más importantes de apoyo a las afectadas por el cáncer de mama que se celebra en 8 ciudades de España, en distintas fechas y participan más de 100.000 mujeres. Las citas más importantes son las de Madrid y Barcelona. Solán de Cabras repartió la botella rosa entre todas las participantes, en total se donaron 330.000 botellas.

Otra de las acciones llevadas a cabo por Solán de Cabras es una colaboración con la “Corporación Yo Mujer” que se unen en el apoyo y asistencia a las mujeres con cáncer de mama (Figura 4).

Figura 4. Solán X Yo Mujer.

Fuente: <https://solandecabras.es/compromiso/sociedad/solan-por-yomujer/> Fecha de consulta: 24 de octubre de 2019

Año tras año, con el objetivo de favorecer el bienestar de las pacientes, así como de sus familiares, se imparten 23 talleres de Autoestima y Asesoría Estética gracias a Solán de Cabras.

En ellos, una psicóloga y cosmetóloga reflexionan sobre el impacto de la enfermedad en su autocuidado, comparten estrategias para atenuar el posible deterioro de la autoestima y explican técnicas de maquillaje para trabajar los efectos de los tratamientos.

Los talleres de “Yo Mujer” son totalmente gratuitos para las mujeres con cáncer de mama, así como para sus familiares que acuden a ellos.

Solán de Cabras gracias a todo lo que está haciendo con su compromiso con la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) ha conseguido:

- Más de 500.000 minutos destinados a la atención psicológica de pacientes de cáncer y sus familiares.
- Más de 500.000 millón de euros destinados a la AECC.
- Casi 400.000 botellas aportadas al año para eventos y carreras organizadas por AECC.
- Visibilidad del logo de la Asociación Española Contra el Cáncer en toda nuestra gama de agua mineral natural.

3. Preguntas para discusión

Con el fin de crear un debate, tanto interno para la persona que lea el caso docente, como para un debate grupal, hemos pensado una serie de preguntas acerca del caso:

Pregunta 1. *¿Qué otro tipo de campaña se podría crear para el apoyo y concienciación de las personas sobre el cáncer de mama?*

La imaginación es infinita, y más en casos como estos en los que se ayuda a personas que están sufriendo. Se podrían hacer diferentes campañas, como por ejemplo la colaboración de Solán de Cabras, con otras grandes empresas, en las que, durante el mes de octubre, ya que el 19 de ese mes es el día contra el cáncer de mama, sacasen un packaging de color rosa. Por ejemplo, una colaboración con Pantene Pro V, para que sus productos comercializados en España durante dicho mes tengan unos toques rosas en favor de dicha causa.

Pregunta 2. *¿Qué tipos de estrategias de marketing realizan con todas las campañas explicadas anteriormente?*

En un primer momento Solán de Cabras, realizó esta campaña en 2014 como algo puntual, una estrategia de Responsabilidad Social Corporativa, como un apoyo psicológico a las personas que sufrían cáncer de mama, a la vez que dar una imagen positiva y conseguir una gran aceptación por parte de los consumidores. Pero poco a poco se hizo muy famosa esta campaña y se quedó como algo permanente a la marca.

Todos los eventos que se han creado a partir de esta campaña, véase las carreras o #GotasdeSolidaridad, aparte de servir de mucha ayuda para gente que está sufriendo sirven para crear una imagen de marca solidaria.

Pregunta 3. *¿Qué otros tipos de acciones fomenta Solán de Cabras, aparte de lo ya mencionado?*

Realiza muchas acciones que fomentan un consumo responsable de agua, unas bajas emisiones de CO2 y consumo de energía unitario, que van disminuyendo año tras año, aplicado a la fabricación y embotellamiento del agua.

Por ejemplo, las botellas están fabricadas con un 50% de materia reciclado, y son 100% reciclables.

Además, en 2017 recibieron un premio: Somos Agua. La Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha reconoció a Solán de Cobras por sus políticas para el consumo responsable de agua y la protección del medio ambiente, especialmente del entorno de su manantial de Beteta.

4. Conclusiones

Tras analizar el presente caso, hemos observado que gracias al ímpetu y esfuerzo de empresas como Solán de Cabras se pueden conseguir hechos y ayudas sociales enormes.

Solán de Cabras ha realizado muchas campañas y eventos en los que ha conseguido enorme repercusión y difusión de lo que querían transmitir.

El cáncer de mama es una enfermedad a la orden del día en muchas mujeres y esta empresa ha querido aportar su granito de arena. Con su campaña de 1 tweet = 1 minuto ha conseguido miles de minutos de ayuda psicológica para pacientes y familiares. Además, con su nueva botella de color rosa ha conseguido miles de ventas. Por otro lado, tenemos la carrera de la mujer en la que se produce mucha participación y este es un hecho que consigue muchísimo impacto y difusión.

Todo este trabajo, por parte de Solán de Cabras para la lucha contra el cáncer de mama, ha obtenido enormes beneficios que serán donados a la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC).

En definitiva, y a modo de reflexión, hemos de decir que Solán de Cabras y el trabajo y campañas que ha realizado para la lucha contra el cáncer de mama, han conseguido su objetivo. Han logrado mucha difusión y participación de las personas que se han querido unir a esta causa.

Solán de Cabras ha conseguido muchos beneficios para la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) y esto hace que la cura de esta enfermedad esté mucho más cerca.

Bibliografía

- Carril, J. (2014). Solán de Cabras cambia el azul por el rosa por una causa solidaria. 2019, de MarketingNews Sitio web: <https://www.marketingnews.es/marcas/noticia/1083624054305/solan-cabras-cambia-azul-rosa-causa-solidaria.1.html>
- Central Lechera Asturiana. (2019). ¡Bienvenida a la Carrera de la Mujer! 2019, de Carrera de la mujer Sitio web: <http://www.carreradelamujer.com/madrid>
- EUROPA_PRESS. (2017). La unidad de negocio de Aguas de Mahou San Miguel aumenta sus ventas en un 13,6%. 2019, de Expansión Sitio web: https://www.expansion.com/agencia/europa_press/2017/06/29/20170629134026.html
- Fernández S.S. (2016). Gotas de solidaridad contra el cáncer de mama. 2019, de Telva Sitio web: https://www.telva.com/2016/04/29/estilo_de_vida/1461924133.html
- Mercado de facturas. (2017). Aguas Solan de Cabras SA. 2019, de MercadoDeFacturas Sitio web: <https://mercadodefaturas.es/empresas/aguas-de-solan-de-cabras-sa/>
- Salud Total. (2014). Solán de Cabras, Gotas de Solidaridad. 2019, de Salud Total Sitio web: <https://revistasaludtotal.com/solan-de-cabras-gotas-de-solidaridad/>
- Solán de Cabras amplía su gama de aguas con beneficios funcionales con el lanzamiento de ANTIOX. 2019, de europapress Sitio web: <https://www.europapress.es/comunicados/sociedad-00909/noticia-comunicado-solan-cabras-amplia-gama-aguas-beneficios-funcionales-lanzamiento-antiox-20190412101210.html>
- Solán de Cabras. (2019). Agua de manantial pura y equilibrada. 2019, de Solán de Cabras Sitio web: <https://solandecabras.es/origen/manantial/#>

Solán de Cabras. (2019). CARRERA DE LA MUJER. 2019, de Solán de Cabras Sitio web:
<https://solandecabras.es/compromiso/sociedad/carrera-la-mujer/>

Wikipedia. (2019). Solán de Cabras. 2019, de Wikipedia Sitio web:
https://es.wikipedia.org/wiki/Solán_de_Cabras