





# HARROBIA LANBIDE IKASTOLA, S. KOOP.:

## Marketing solidario para ayudar a empresas de Bizkaia frente al COVID-19



Zuriñe Alvarez Gonzalez  
zurialvarez@gmail.com  
666427897

- 
-  **Actividad:** Harrobia Ikastola es un centro integrado de formación profesional, autorizado y concertado por la Administración Educativa del Gobierno Vasco para la gestión e impartición de ciclos formativos y de formación profesional para el empleo (personas trabajadoras ocupadas y en desempleo).
  -  **Sector:** Educación Secundaria general
  -  **Nº de personas empleadas:** 21
  -  **Localización:** Harrobia plaza, 4-3º, 48003 , Bilbao - Bilbo, Bizkaia

## ¿Por qué es un POTENCIAL caso práctico en innovación?

Porque esta iniciativa ha proporcionado a los alumnos de Harrobia Ikastola el desarrollo de una experiencia profesional real, que ha tenido un impacto social alto en las empresas en crisis creada por la situación del Covid19. Además, gracias a esta experiencia se llevó a cabo la creación de un proyecto estratégico con viabilidad en periodo de crisis mediante el trabajo colaborativo, haciendo partícipes a los estudiantes de marketing de diferentes iniciativas para ayudar a las empresas en proyectos enfocados en el ámbito de innovación.

## INFORMACIÓN SOBRE EL CASO PRÁCTICO

HARROBIA es una cooperativa integral sin ánimo de lucro y declarada de utilidad pública, nacida en Portugalete en 2001 con el nombre de IBAR EZKERRA IKASTOLA. Desde el 2011 ofrece sus servicios en Bilbao y con el nombre de Harrobia Ikastola. La entidad es una gestora e impartidora de formación programada por las empresas para sus trabajadores y trabajadoras a través de FUNDAE (entidad organizadora), Hobetuz y otras modalidades.

Los futuros profesionales del marketing y publicidad de Harrobia Ikastola, preocupados por la situación de emergencia de salud del Covid19, quisieron aportar su granito de arena lanzando una agencia de publicidad solidaria para ayudar a empresas de Bizkaia afrontar esta situación. Por lo tanto, se lanzó una agencia de publicidad solidaria donde ofrecían diversos servicios, según las necesidades de las empresas.

El objetivo de esta iniciativa es proporcionar un servicio gratuito para pequeñas y medianas empresas y autónomos que se hayan visto afectados y conseguir llegar al máximo de las que se hayan encontrado debilitadas. Para ello, el alumnado de Harrobia tuvo que afrontar un desafío profesional que conllevaba necesidades excepcionales que surgieron en este contexto.

Este proyecto de marketing solidario fue llevado a cabo a través de un proceso colaborativo que nace de la metodología Ethazi, la cual se desarrolla dentro del centro Harrobia ikastola. Por su ubicación, este proyecto tiene un especial cuidado y atención con el barrio de San Francisco, por su proximidad, características y necesidades especiales. A su vez, al tratarse de una iniciativa desarrollada junto con diferentes empresas, la colaboración entre estas y la Ikastola fue clave para la realización del proyecto.

Como resultado, la iniciativa ha tenido un gran impacto por su carácter de sostenibilidad empresarial ya que ofrece ayuda a las empresas en situación excepcional, como ha sido este caso, y a su vez ofrece a los alumnos una experiencia y reto profesional incalculable. Todos los estudiantes han valorado esta experiencia como “motivadora y una forma excelente para tener en el currículum experiencias reales en el mercado laboral, aumentando las posibilidades de inserción en el mismo”.

Para la selección de los diferentes proyectos que se llevaron a cabo, en primer lugar, se hizo un llamamiento para el envío de solicitudes por parte de las empresas que estaba disponible en la página web que crearon para la iniciativa. Una vez recogido todas las propuestas, desde Harrobia hicieron una valoración teniendo en cuenta la viabilidad del proyecto y su ámbito de trabajo.

### Antecedentes

La responsable de marketing y publicidad llevaba tiempo con una idea en desarrollo en el ámbito de “marketing solidario”. Entonces, cuando vino la época de la pandemia y el confinamiento en marzo 2020, vio una oportunidad clara para poder llevar a cabo esta iniciativa enfocándolo como un ejercicio para los alumnos. De esta manera, el proyecto nace desde la reflexión entre alumno y profesorado del ciclo formativo de marketing y publicidad de Harrobia Ikastola.

### Reto

Con la realización de este proyecto, Harrobia Ikastola persigue ofrecer unas prácticas reales al alumnado de marketing en un contexto de crisis y confinamiento general. A su vez, se busca apoyar al comercio próximo de San Francisco. Para ello, se ha necesitado previamente la adquisición de conocimiento de estrategias a desarrollar en un periodo de crisis socio-económico (como lo es el creado por el Covid19), en el ámbito del marketing y la publicidad, y dirigido a sector empresarial tan delicado como es la pequeña empresa.

### Acciones

1. Reflexión inicial del alcance del proyecto de la mano de las profesoras de marketing.
2. Creación de una página web y comunicación a los alumnos de la iniciativa.
3. Nota de prensa y difusión en redes sociales: publicidad en situación de crisis extraordinaria.
4. Captación de los clientes (empresas) y selección de proyectos.
5. Una vez que los estudiantes tenían sus proyectos llevaron a cabo las estrategias de marketing, para ello siguieron los siguientes pasos:
  - Definición de un plan de acción.
  - Diseñar objetivos.
  - Crear marca y sus creativities.

- Implementación real.
- Creación de estrategias de comunicación para su difusión.

### Resultados obtenidos

- La iniciativa se publicó por diversos medios de comunicación, por lo que se obtuvo un gran alcance mediático y consecuentemente una gran difusión.
- Se gestionaron más de 10 proyectos específicos en apenas 2 meses.
- Se espera crear nuevas mejoras e hitos para obtener un nuevo impulso a través de los medios de comunicación.
- Se intentará trabajar con proyectos en peligro de exclusión y se valorarán acciones formativas dirigidas a dotar de autonomía para la ejecución de los proyectos empresariales.
- Proyecto con alta capacidad de replicabilidad, pudiendo llevarse a cabo dirigido a sectores delicados o en riesgo.
- Valoraciones muy positivas de los clientes respecto a la ayuda recibida.
- Buena recogida de los alumnos. Se está planteando continuar el proyecto de cara al año que viene dándole otro enfoque, pero manteniendo el objetivo inicial.

---

### CATEGORIZACIÓN DEL CASO

---

#### Ámbitos de Innovación:

- Producto: Servicios.
- Proceso: Marketing y ventas.

#### Ámbitos de oportunidad:

- 1 - Compromiso y transformación social

**Zuriñe Álvarez (coordinadora de proyectos)**

“Es novedoso, desde el punto de vista de que los alumnos tienen un contacto directo con las necesidades reales del cliente, y tienen la capacidad de escucharlas y desarrollar propuestas para ello.”

**Nagore Amezaga (responsable de comunicación de Harrobia Ikastola)**

“Este proyecto se ha llevado a cabo por los y las estudiantes del ciclo superior de Marketing y Publicidad de Harrobia Ikastola en colaboración con el profesorado. Un proyecto real y solidario que llena de ilusión al alumnado, con el que esperan poder ayudar a muchas empresas que se encuentran en una situación económica delicada.”

**Innovation Index Score:** ★★☆☆★

Alineamiento estratégico: ★★☆☆★

Creatividad: ★☆☆★★

Colaboración e hibridación: ★★☆☆★

Sistematización: ★☆☆★★

Eficacia en los resultados: ★★☆☆★

Eficiencia en los resultados: ★☆☆★★

Replicabilidad y transferibilidad: ★★☆☆★

Impacto: ★☆☆★★

Reconocimiento: ★★☆☆★