

MEDIA

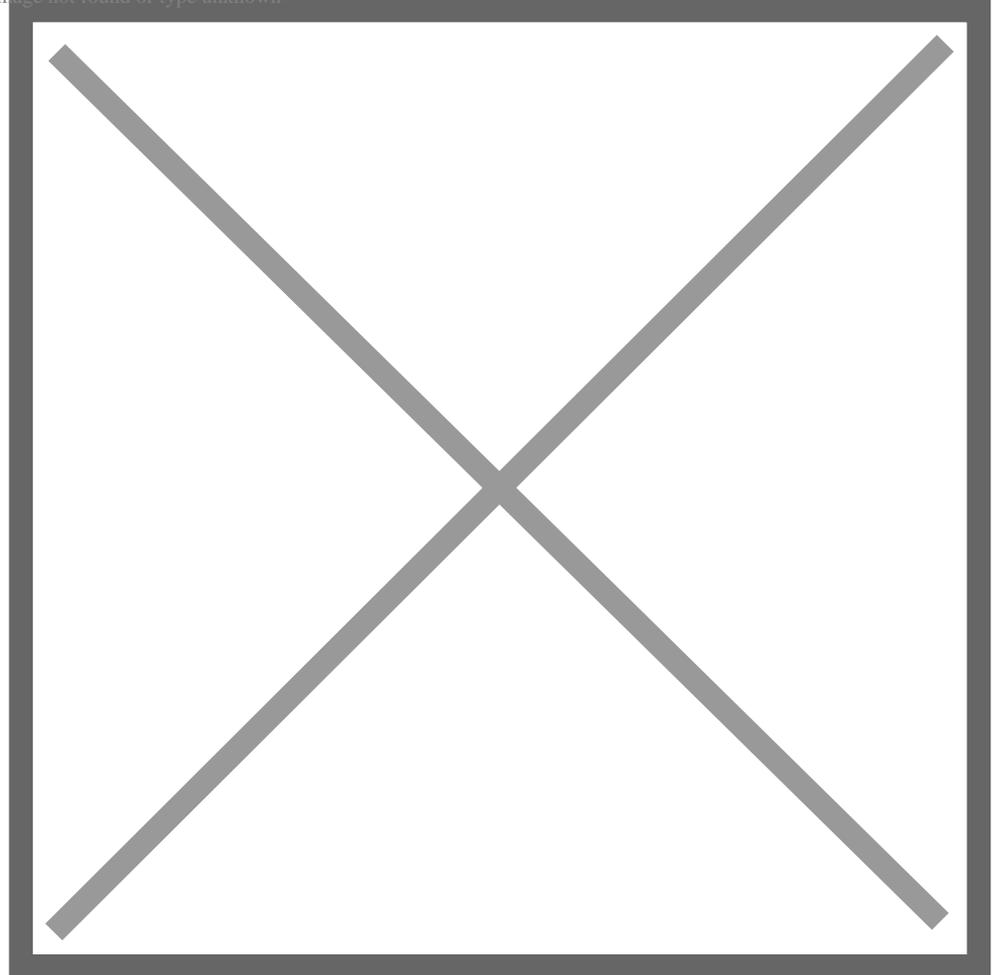
## **Cabrera (Iberdrola): “Consideramos el patrocinio deportivo como un dividendo social”**

La responsable de patrocinios de la compañía explica que quieren llevar la igualdad de género empresarial al ámbito deportivo.

---

Guillermo G. Recio  
5 may 2017 - 04:58

Image not found or type unknown



En los últimos meses, el deporte femenino ha conseguido varios hitos hasta hace poco impensables. El Vicente Calderón y Mestalla acogieron a un número récord de espectadores en partidos de fútbol femenino, mientras que el seguimiento mediático de natación sincronizada y bádminton cogen más peso que nunca. Y a ello se suma la apuesta de una empresa del Ibex35: Iberdrola.

La responsable de patrocinios de la compañía, Carmen Cabrera, explica en un nuevo reportaje de la serie iniciada por *Palco23* que consideran “el patrocinio deportivo como un dividendo social”. “Cosechamos éxitos empresariales y hay parte que hay que devolver a la sociedad”, argumenta.

La apuesta de la compañía por el mundo del deporte no es novedad, ya que han

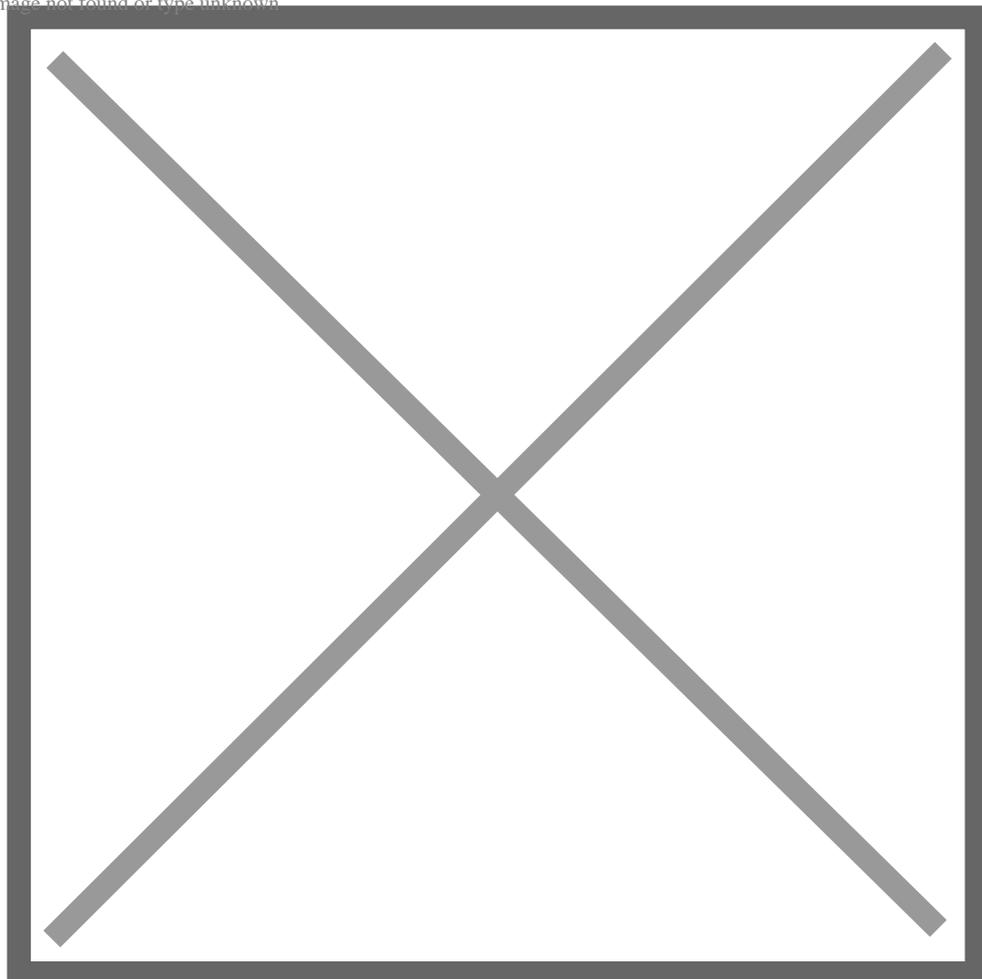
patrocinado desde fútbol hasta traineras, pero recientemente han querido ir un poco más allá asociándose especialmente con el deporte femenino. “A raíz de la iniciativa del Consejo Superior de Deportes (CSD) con el programa Universo Mujer empezamos con tres federaciones, y ahora estamos con diez”, resume a modo de ejemplo sobre cómo ha evolucionado su estrategia.

“Iberdrola es conocida por los planes de igualdad y conciliación. Este tipo de valores están en nuestro plan estratégico, como el cambio climático. Nuestra idea es trasladar estos derechos empresariales a otros campos como el deporte”, detalla.

Cabrera señala que “nunca esperábamos tanto éxito, y es que la acogida ha sido maravillosa”. “Las deportistas profesionales consiguieron más éxitos que los hombres en los Juegos Olímpicos de Rio 2016, y sin embargo no reciben la misma ayuda económica”, remarca.

La ejecutiva destaca que no pueden llegar a todos los deportes, pero su objetivo es que se logre la máxima igualdad. “Si bien no todas tienen una ayuda directa de Iberdrola, están viendo que se hace más eco del deporte femenino desde nuestra entrada”, asegura.

Image not found or type unknown



Cabrera reitera su rol de repartir dividendos sociales, algo que se muestra también en la forma de activación, entre otras cosas. “Priman las necesidades de las federaciones más que la activación en sí. Hacemos un doble esfuerzo para hacer estos deportes más mediáticos: les damos equipaciones, aplaudidores, lonas de publicidad para vestir el pabellón o asumimos el coste del *streaming*, por ejemplo”, detalla.

Más allá de las acciones con las federaciones, en las que ya han invertido más de cuatro millones de euros a través del programa Universo Mujer, junto con el CSD escogieron a cuatro deportistas para que fueran las embajadoras: la campeona olímpica de bádminton Carolina Marín, la nadadora Ona Carbonell, la exjugadora de waterpolo Jennifer Pareja y la tenista Sara Sorribes.

Iberdrola también organiza la gira Mujer, Salud y Deporte, un *tour* por varias capitales de provincia para fomentar el papel y presencia de la mujer en el mundo deportivo. De ahí que la compañía energética celebrara un encuentro con varias de las deportistas junto al presidente de la empresa, Ignacio Galán.

El directivo señaló que quieren “ayudar a aumentar su visibilidad, relevancia y repercusión social y seguir reduciendo la brecha que todavía le separa del deporte masculino, a pesar del notable avance registrado en los últimos años gracias, entre otros factores, a los éxitos logrados por nuestras deportistas en las competiciones internacionales”.

Cabrera pone como ejemplo que algunas atletas viajaban en autobús, y “ahora pueden desplazarse en avión”. Estas pequeñas acciones que no son tan mediáticas a la vista de los aficionados, tiene “un retorno económico difícil de valorar”.

Sin embargo, “en cuanto a reputación, los deportistas de están agradecidos”. La responsable explica que “el verdadero retorno es que se empieza a hablar en femenino, aunque no sea Iberdrola directamente”.