



## La Responsabilidad Social de la empresa Alicantina ante el COVID-19

Análisis de las acciones desarrolladas por las empresas de la provincia de Alicante durante los primeros meses de COVID-19



entidades colaboradoras





## Colaboraciones

Este proyecto ha sido financiado por la cátedra de Responsabilidad Social de la Generalitat Valenciana en la Universidad de Alicante.

Autoría del documento: Elena Galante

Participación: Belen Murat

Con la colaboración de Cruz Roja Alicante y la Confederación Empresarial de la Comunidad Valenciana.

## **Contenidos**

Prólogo	1
Cruz Roja y Responsabilidad Social en tiempos de pandemia	2
El sector empresarial ante el COVID-19	5
Presentación	. 6
Metodología de recogida de datos	8
Características de las empresas participantes	10
Análisis de las acciones de Responsabilidad Social desarrolladas por las empresas en la provincia de Alicante para paliar los efectos del COVID-19	. 14
Impacto en los ODS	. 26
Acciones para la prevención del contagio	28
Alianzas para fortalecer el impacto	30
Reflexiones finales	. 32

## Prólogo

La situación de pandemia que obligó a la declaración del estado de alarma en marzo de 2020 en nuestro país conllevó la adopción de medidas y decisiones para afrontar sus consecuencias de manera urgente e intensa. Todos los integrantes de la sociedad civil colaboramos haciendo frente al desafío, y, los momentos actuales, dejan algo de tiempo para el análisis y la reflexión.

En este sentido, saludo la iniciativa de la Catedra de Responsabilidad Social de la Generalitat Valenciana en la Universidad de Alicante de llevar a cabo un análisis de las iniciativas empresariales y de voluntariado corporativo que se llevaron a cabo en los primeros meses tras la declaración del estado de alarma, caracterizadas por un sentido de lo social y lo colectivo sin precedentes.

El análisis de la repercusión de tales iniciativas en los medios de comunicación, así como la fundamental colaboración de la CEV y Cruz Roja en la aportación de datos y recopilación de iniciativas, da como resultado una investigación que pretender ser, no sólo una fotografía fiel de lo sucedido, sino también un documento en el que el análisis de lo realizado permita obtener enseñanzas de futuro.

El documento resultante, con una clara vocación divulgativa, resulta de utilidad para la sociedad, al poner frente a nuestros ojos cómo reaccionamos ante una situación crítica, y cómo podríamos mejorar la eficacia de unas iniciativas cargadas de solidaridad y dotadas de sentido de la responsabilidad social compartida.

## Iñaki Pérez Rico

Director general de Calidad Democrática, Responsabilidad Social y Fomento del Autogobierno Conselleria de Participación, Transparencia, Cooperación y Calidad Democrática

## Cruz Roja y Responsabilidad Social en tiempos de pandemia

## Con la mirada en la Responsabilidad Social

Durante los últimos años la relación de Cruz Roja con las empresas en el ámbito de la Provincia de Alicante ha supuesto una interesante evolución de todo lo relacionado con colaboraciones, alianzas, acción social y el significado de la Responsabilidad Social, un concepto cada vez más objeto de estudio, debate y análisis.

Es apasionante ser parte de un escenario en el que destaca una nueva legislación en materia de RS y en el que intervienen empresas, entidades sociales, consultoras, universidades, asociaciones y la propia administración pública. El reto es implicar a toda la sociedad para estar cerca de las personas más vulnerables, construir un mundo cada vez mejor.

## Un nuevo tiempo: el COVID-19

En 2020 la situación de pandemia provocada por el COVID-19 nos sitúa en una montaña rusa en la que solo vale estar cerca de las personas, llegar a los barrios y ofrecer respuestas inmediatas.

Ese es el reto de Cruz Roja, asumir que estamos cerca de las personas y poner todos los medios a disposición de cada persona que ha necesitado comer, hablar, un libro, una llamada o un transporte. Es momento de esfuerzos, buscar soluciones trabajando con ayuntamientos, con llamadas a empresas, asociaciones, comercios y entidades.

Ahora, cuando todavía no ha acabado todo, podemos dedicar un tiempo a la reflexión y analizar todo lo que ha ocurrido. Un período de estudio que, sin duda, nos va a permitir seguir trabajando en primera línea con mejor conocimiento del entorno, con la seguridad de que con el esfuerzo de todos y todas conseguiremos ser cada vez mejores.

## Algunas reflexiones para seguir adelante

Junto con la Cátedra de Responsabilidad Social de la Universidad de Alicante tenemos la oportunidad de reflexionar algunas cuestiones que nos van a permitir mejorar y seguir estando cerca de las personas. Algunas de estas ideas son las que a continuación exponemos:

## Acción/reacción

Pese al complicado momento por el que han atravesado la mayoría de las empresas, Cruz Roja ha tenido contacto con gran número de pequeñas y grandes empresas: fábricas, comercios de barrio, almacenes, multinacionales....

El llamamiento Cruz Roja RESPONDE se ha difundido aprovechando en gran medida la buena relación con las asociaciones empresariales y buscando la implicación de las empresas; realizando llamadas, aprovechando contactos, enviando correos electrónicos y a través de los medios de comunicación.

Pero también se ha observado en gran medida cómo han sido las empresas de forma proactiva quienes también han tomado la iniciativa y se han dirigido a CRE ofreciendo apoyo, colaboración, donando lo que tenían, preguntando e interesándose por las necesidades más urgentes, queriendo ayudar.

## Donaciones económicas y en especie

En un momento social y económico muy complicado, como primera opción las empresas han colaborado de la forma más fácil, mediante aportaciones económicas. Pero también se han volcado en ayudar mediante donaciones en especie, ofreciendo lo que tienen: vehículos, alimentos, combustible, material de limpieza...

Pero hay más, destaca el interés generalizado desde las empresas por disponer de información, por saber aquello que más se necesita, por conocer el dramático alcance de una situación complicada para muchas familias. Desde Cruz Roja hemos procurado trasladar puntualmente a las empresas la verdadera situación de la calle, y conocer las necesidades reales ha incentivado el esfuerzo de muchos empresarios y empresarias aue han colaborado aportando más de lo que tienen en sus almacenes. Hay empresas que han hecho esfuerzos comprando alimentos,

difundiendo mensajes, apoyando iniciativas, motivando a sus empleados...

## Saber qué se necesita

Ha sido fundamental el trabajo previo de los equipos de base de Cruz Roja, ser capaces de identificar las necesidades de cada barrio, de cada familia. Esto es la clave para que toda colaboración sea eficiente y ayudar en lo que de verdad se necesita: disponer de un vehículo para hacer un traslado, una compra de supermercado, vestuario, alimentos infantiles, equipos informáticos, una videollamada ....

## Detrás de las empresas siempre hay personas

Es clave la comunicación con las empresas, mantener un diálogo con el interlocutor adecuado para ser capaces de transmitirles qué se necesita, qué productos, en qué lugar, en qué cantidad.... De esta manera se ha conseguido acertar y ser muy eficaces mediante la cesión de vehículos, bocadillos, mantas o comida caliente.

Y el talante, la importancia de sentir la cercanía, el calor y el significado de lo que significa ayudar. Es imprescindible ser conscientes de que siempre, detrás de las empresas y de las entidades, detrás de cada llamada o de cada correo electrónico enviado, siempre hay personas.

## Lo local y lo global

La importancia del territorio en una organización como Cruz Roja es una de las claves. Ser capaces de aprovechar la ventaja de lo GLOBAL (materiales, llamamientos, prescriptores famosos, presencia en medios, garantía de eficacia, apariciones en informativos de TV, en revistas, en las Redes Sociales...) y al tiempo ser capaces de gestionar la necesidad del territorio, la cercanía de Cruz Roja a lo LOCAL: qué se necesita en cada localidad o cada barrio, qué personas están dispuestas a colaborar, quién necesita ayuda, qué empresa dispone de ayuda....

De la implicación de Pau Gasol y los programas de ATRESMEDIA, a la colaboración en los barrios de las panaderías de Calentito, los vehículos cedidos por Transportes Demetrio o los hoteles de Benidorm donando todo el género de sus neveras.

## Qué es la Responsabilidad Social

La experiencia nos permite identificar comportamientos interesantes de las empresas en cuanto al significado de la Responsabilidad Social, y nos ofrece la oportunidad de reflexionar sobre la Acción Social de las empresas como una parte fundamental de la Responsabilidad Social.

Ahora tenemos muchos ejemplos, y todo ello nos permitirá seguir avanzando en el significado de la RS en donde es imprescindible seguir contando con el papel de las propias empresas, administraciones públicas, consultoras, asociaciones, entidades sociales, universidades, etc.

## Querer ayudar, saber ayudar

Desde Cruz Roja hemos podido hacer una labor pedagógica con el significado de ayudar (necesidades reales, costes...), la importancia de ser rigurosos, transparentes, el buen uso de la marca....

Con el convencimiento de que es importante hacer mucho y, sobre todo, hacerlo bien.

Porque las empresas no siempre son conscientes del alcance de sus (buenos) gestos, también en ello apoyamos desde Cruz Roja, ayudándoles a entender la repercusión de su ayuda en beneficio de su reputación ante clientes y población en general, pero también ante sus propios empleados y proveedores. Queremos ayudarles a sentirse bien.

## *Las Asociaciones Empresariales*

El (importante) papel de las asociaciones empresariales (INECA, AEFA, UEPAL, CEV...) que permite llegar más y mejor a las empresas, facilitando el contacto, pero sin perder la cercanía.

Es el éxito del asociacionismo en una provincia que apuesta por el esfuerzo colectivo.

### El reconocimiento

Es importante no dejar para el final las "gracias", parte del éxito ha sido el permanente contacto entre las personas que forman parte de Cruz Roja, las empresas, las entidades, las asociaciones, los medios de comunicación, las administraciones.... El agradecimiento debe de ir siempre vinculado con el reconocimiento, ayudando a las empresas a sentirse bien.

Pero tiempos vendrán para reconocer el esfuerzo de cada una de estas personas, del valor de una sociedad cada vez más mejor, comprometida en ayudar a quien más lo necesita.

## Miguel Mérida

Director de Relaciones Institucionales y Responsabilidad Social de Cruz Roja

## El Sector empresarial ante el COVID-19

Los momentos críticos muestran lo que las personas, y las entidades, llevan dentro. Las empresas han evidenciado durante esta crisis que son un eje social indispensable, y han demostrado su capacidad de resolución de problemas y su fuerza tractora en el desarrollo social. Y lo han hecho basándose en los rasgos que definen al empresariado: innovación, agilidad y perseverancia.

Sin innumerables los ejemplos que todos hemos visto: fábricas que han cambiado su producción en tiempo récord para ofrecer mascarillas y textil de protección; donación de material informático para combatir la brecha social durante el confinamiento; instalaciones cedidas; compra de material y donaciones ingentes de alimentos; hoteles medicalizados; agricultores colaborando en la limpieza urbana; entre muchos otros. Sin olvidar a unos sectores esenciales que han estado al pie del cañón desde el primer minuto para mantener las necesidades básicas de la población. No se ha escatimado ni en tiempo ni en recursos.

Pero el papel de las empresas ha sido siempre ese. No es que esta crisis las haya cambiado, sino que esta ha sido siempre su voluntad. Ese papel de motor social siempre ha estado ahí, como generadores de empleo, como garantes del estado del bienestar y de la protección de las familias, como fuente de oportunidades para que los ciudadanos tengan una vida mejor. Eso sí, durante esta pandemia se ha percibido como nunca antes. Esperemos que esa percepción social se mantenga ahora que iniciamos la vía de la reconstrucción económica, merced a una vacunación cada vez más avanzada.

Por ello necesitamos poner en valor ese factor social inherente a las empresas. Todos entendemos ya que la actividad económica no es ajena ni a los valores y al impacto en la sociedad. Tanto en cuanto a la perspectiva financiera como a la operativa, y tanto multinacionales como pymes y autónomos.

En la Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana apostamos de forma clara desde el principio por los objetivos de desarrollo sostenible y la agenda 2030, y, si bien esta crisis supone un obstáculo en algunos aspectos, debo decir que la voluntad por conseguir un progreso a largo plazo que respete tanto nuestro medio como todas y cada una de las personas que lo habitan no se ha resquebrajado, y permanece intacto en la voluntad de las empresas. No lo hacemos como exigencia social, lo hacemos porque creemos que es la única vía de avanzar hacia un futuro mejor para todos.

El complicado momento económico que atravesamos va a implicar un reto y a exigir lo mejor de todos nosotros. Las líneas que separan los conceptos de público y privado serán más difusas, ya que este reto nos exigirá aunar esfuerzos y compartir objetivos. En este camino, las empresas han estado a la altura en su compromiso social, y no cabe duda de que lo seguirán estando.

## **Amelia Navarro**

Presidenta de la Comisión de Responsabilidad Social Confederación Empresarial de la Comunidad Valenciana (CEV)

## **PRESENTACIÓN**

El documento que presentamos pretende ser un análisis riguroso, a la vez que accesible, de las distintas iniciativas adoptadas por las empresas, sus trabajadores y trabajadoras, así como autónomos, como respuesta a la emergencia sanitaria originada por el coronavirus, emergencia que, sin duda, y durante varios meses, puso a toda la sociedad en jaque.

Los peores momentos de la crisis sanitaria pusieron a prueba nuestra gobernanza, nuestro sistema sanitario y nuestra estructura económica, así como la capacidad de adaptación, innovación y gestión del sector privado y de la ciudadanía en general.

Ante la compleja situación, que aún afronta el mundo entero, el sector empresarial se ha movilizado para gestionar su propio negocio y contribuir de forma positiva a ser parte de la solución. Durante los primeros meses de COVID, las acciones de Responsabilidad Social de las empresas dieron un giro de 180 grados, haciendo un parón momentáneo en las líneas de trabajo definidas para centrar sus acciones en ser parte de la solución a esta crisis. Las empresas, que siempre han sido un motor de desarrollo, durante unos meses cambiaron las prioridades en Responsabilidad Social, girando el foco hacia las necesidades sociales de su entorno más inmediato.

A partir de la declaración de estado de alarma el sábado 14 de marzo de 2020, y sobre todo tras la prórroga de dicho estado de alarma anunciado el día 22 de marzo, crece exponencialmente la respuesta del sector empresarial para aportar soluciones que ayuden a combatir la emergencia sanitaria en beneficio de la población en general. Visibilizando dichas acciones, los medios de comunicación se hacen eco y se multiplican las noticias diarias sobre las decisiones y propuestas de ayuda y coordinación que surgen desde el sector empresarial.

En un inicio, y como es lógico, las empresas ejecutan acciones responsables vinculadas a su operación diaria tomando decisiones operativas, estratégicas y económicas, necesarias para su supervivencia. La prioridad inicial es la prevención de contagios en las instalaciones y asegurar la continuidad del negocio, para lo cual se han tenido que enfrentar a procesos de reorganización del trabajo, organización de grupos burbuja, sustitución del trabajo presencial por el teletrabajo, refuerzo de personal para aumentar la atención al cliente, entre otros. Un año después, todo indica que algunos de los cambios que se gestaron en los ecosistemas del trabajo (empresas, forma de trabajo de autónomos, hábitos de los trabajadores) apuntan a ser cambios estructurales, y, sin duda, los temas materiales en materia de Responsabilidad Social sobre los cuales las empresas centran su atención en el 2021, están condicionados por las consecuencias de la pandemia.

.

En un entorno de gran -y probablemente inevitable-inseguridad jurídica, los servicios esenciales, tanto los más visibles (servicios sanitarios, policía, abastecimiento), como los menos (limpieza y mantenimiento públicos, gestorías y asesorías, transporte, combustibles, entre tantos otros), demostraron una capacidad de adaptación y reacción encomiables, protagonizada no sólo por la empresa, sino también por todas las personas trabajadoras, que asumieron una carga de trabajo, en muchas ocasiones cambiante, y, en todas, en condiciones extremadamente complejas, casi impensable, desarrollando además iniciativas solidarias.

Esas iniciativas solidarias se extendieron a otros sectores, que modificaron drásticamente sus sistemas productivos, o pusieron sus recursos, materiales y humanos, al servicio de la atención de las necesidades imperiosas generadas por la pandemia.

El presente documento pretende no ser uno más de los merecidísimos homenajes a todos ellos, empresas y personas trabajadoras, sino también, y como corresponde a una entidad académica, un análisis riguroso de las iniciativas desarrolladas por las empresas y sus trabajadores en la provincia de Alicante, con especial atención a aquellas desarrolladas por pequeñas y medianas empresas, protagonistas absolutas de nuestro tejido empresarial que, pese a ello, no siempre disponen de los altavoces necesarios para la difusión de sus iniciativas de responsabilidad social, como es el caso de su imprescindible contribución a la superación de los peores momentos de la crisis. Y, al mismo tiempo, el documento pretende ser un punto de partida del que obtener enseñanzas y conclusiones que nos permitan afrontar nuevos episodios de crisis -esperemos más leves en cuanto a impactos social, económico y sanitario-disponiendo de mejores y menos improvisadas herramientas.

## Irene Bajo García

Profesora T. Derecho del trabajo y de la seguridad social Directora de la Cátedra de Responsabilidad Social de la Generalitat Valenciana en la Universidad de Alicante. 1

Metodología para la recogida de datos

## METODOLOGÍA PARA LA RECOGIDA DE DATOS

Con el objetivo de analizar la respuesta de las empresas de la provincia de Alicante ante la crisis del coronavirus a través de sus acciones y estrategias de Responsabilidad Social, se ha recopilado información relativa a las acciones desarrolladas en el periodo comprendido entre el 9 de marzo, día en el que se comienzan a tomar medidas oficiales para contener la crisis tras el anuncio del estado de alarma por parte del Gobierno de España y el 15 de mayo, fecha de inicio de la desescalada. Este periodo abarca el inicio de la crisis y la gestión durante su duración de los impactos sanitarios, sociales y económicos.

Se integran en el análisis todas las prácticas identificadas de empresas con operación o sede en la provincia de Alicante.

Las acciones se han extraído tanto de noticias publicadas en los medios de comunicación locales, provinciales y nacionales, como de bases de datos de los socios locales que han colaborado con la canalización de las ayudas mediando entre las empresas y los centros o personas beneficiarias.

Los medios de comunicación revisados para el acceso a esta información han sido las siguientes:

Medios de Comunicación Nacionales

- El Mundo
- El País
- Expansión
- Cinco Días
- El economista.es
- El confidencial
- Europapress

## Medios de Comunicación provinciales y locales

- Las Provincias
- La Vanguardia
- Periódico La Razón
- Diario Información
- Alicante Press
- Utimahora.es
- Elche.es
- Elche.aquimediosdecomunicacion
- El Valle de Elda
- Periódico de Villena
- Monòver.com
- Tele Elx
- Cadena SER Alicante

## Medios de Comunicación Especializados

Diario Responsable

- CompromisoRSE
- Corresponsables
- Ethic

### Redes sociales

- Facebook
- Linkedin

## Plataformas digitales de asociaciones especializadas en el tema

- WEB CEV COVID <a href="https://www.cev.es/noticias/informacion-coronavirus/">https://www.cev.es/noticias/informacion-coronavirus/</a>
- Página del Club de Empresas Responsables y Sostenibles de la Comunidad Valenciana <a href="https://cerscv.org/">https://cerscv.org/</a>
- Plataforma de FORETICA COVID-19 y su vinculo empresarial con la sostenibilidad https://foretica.org/proyectos-ysoluciones/covid-19/
- Página web del Club de Excelencia en Sostenibilidad <a href="http://www.clubsostenibilidad.org">http://www.clubsostenibilidad.org</a>
- Página web de la Fundación SERES
   <a href="https://www.fundacionseres.org/Paginas/Inicio.aspx">https://www.fundacionseres.org/Paginas/Inicio.aspx</a>

A través de estos medios, se ha accedido a más de 150 noticias sobre las acciones de Responsabilidad Social.

Adicionalmente, se ha contado con la información recopilada por Cruz Roja Alicante, organización que ha recibido el aporte de numerosas empresas repartiendo la ayuda por toda la provincia a través de sus delegaciones y la información de las empresas recabada por la Confederación Empresarial de la Comunidad Valenciana (CEV). Estas fuentes de información han permitido la recopilación de más de 400 iniciativas empresariales, de más de 200 empresas con operación o sede en la provincia de alicante.

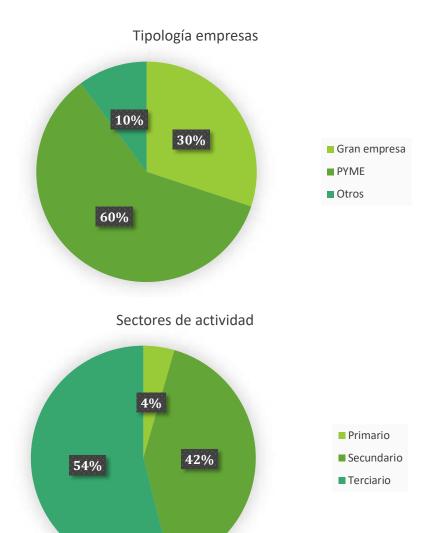
## 2

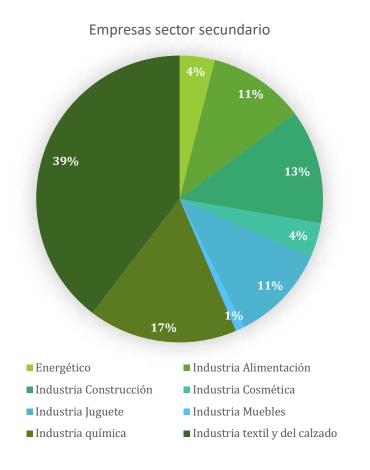
Características de las empresas participantes

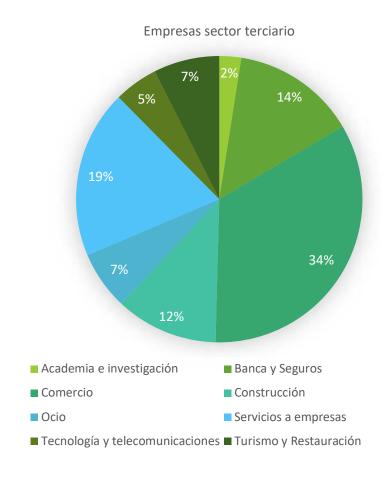
## CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS PARTICIPANTES

El estudio recoge las prácticas realizadas por 219 empresas, un tercio de ellas Gran empresa y dos tercios PYMES. El 11% son organizaciones que pertenecen a otras categorías del sector privado tales como agrupaciones empresariales o cooperativas. Predominan las empresas del sector servicios (54%), con poca diferencia sobre el sector industrial, y a más distancia, las empresas del primer sector (4%), identificadas en un 50% de pesca y 50% agrícolas.

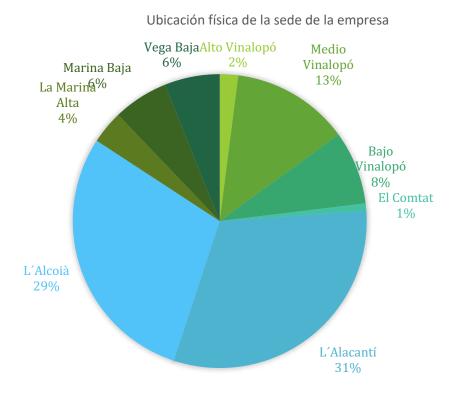
Dentro del sector industrial hay un gran protagonismo de la Industria vinculada al textil y al calzado.
Respecto a las empresas vinculadas a la actividad comercial, entre estas se encuentran desde pequeñas tiendas de barrios, hasta farmacias, supermercados y tiendas de moda.







El 90% de las empresas tienen su sede en la provincia de Alicante.



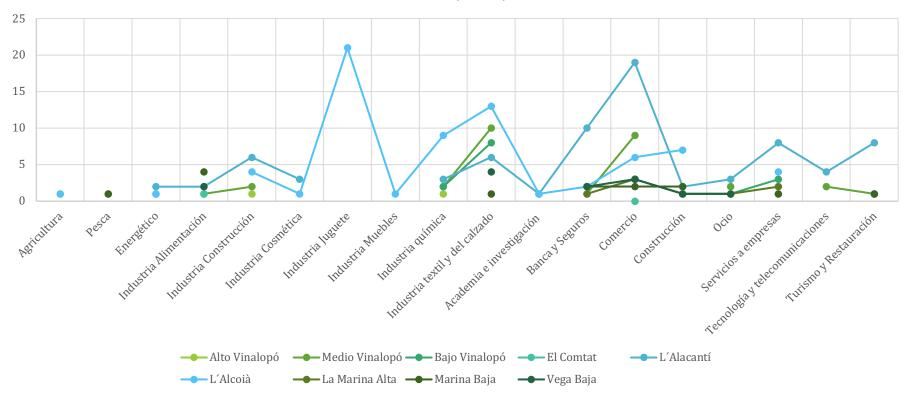
El mayor número de acciones se concentran en las comarcas de L'Alacantí y L'Alcoià.

La mayor parte de las acciones analizadas para L'Alacantí provienen del sector comercio y en el caso de la L'Alcoià, destaca el aporte del sector industrial, sobre todo el del juguete y la industria textil y del calzado.

La Comarca del Medio Vinalopó también destaca con el aporte de su industria química y del sector de banca y seguros.



## Localización de empresas por sectores



## 3

Análisis de acciones ante el COVID-19

## ANÁLISIS DE LAS ACCIONES DESARROLLADAS POR LAS EMPRESAS DE LA PROVINCIA DE ALICANTE PARA CONTRIBUIR A LA SOCIEDAD ANTE EL COVID-19

## **CONTEXTO NACIONAL**

Las estrategias de Responsabilidad Social de las empresas dan un viraje para responder a las necesidades originadas por las pandemia, dejando temporalmente las prioridades de gestión derivadas de su análisis de impactos y estrategias de negocio para centrarse en combatir una amenaza común.

El análisis de la situación a nivel nacional refleja una evolución del tipo de iniciativas desarrolladas por las empresas durante esta crisis, las cuales van evolucionando conforme evoluciona la realidad y el impacto de la pandemia, y a nivel general pueden dividirse en tres grandes fases:

- Los primeros días de la crisis, las empresas ejecutan acciones responsables vinculadas a su operación diaria tomando decisiones operativas, estratégicas y económicas necesarias para su supervivencia. Algunas de las medidas tomadas en esa primera fase son la prevención de contagios en sus instalaciones, reducción de plantilla, cambio del trabajo presencial por el teletrabajo y refuerzo de personal para aumentar la atención al cliente.
- 2. Desde la declaración del estado de alarma a partir del sábado 14 de marzo, crece exponencialmente la respuesta del sector empresarial para aportar soluciones que ayuden a combatir la emergencia

sanitaria. Entre otras acciones, destaca la donación de material sanitario, equipamiento y servicios para habilitar y gestionar los hospitales y la adaptación del proceso de producción a la fabricación de productos de higiene o médicos para fortalecer centros sanitarios desbordados por el número de enfermos.

Las empresas también se abocan a amortiguar los efectos económicos de la pandemia, apoyando a otras empresas y personas con congelación de deudas, aplazamiento de pagos o descuentos y surgen iniciativas de empresas comprometidas con sus empleados que anuncian el mantenimiento del 100% de los puestos de trabajo a pesar del cierre temporal.

3. Conforme la crisis avanza, surgen iniciativas enfocadas a contribuir con la continuidad de educación de los niños y jóvenes, tales como la donación de servicios de internet a familias en situación de riesgo para garantizar el acceso a la educación on line, o la apertura de plataformas educativas en línea. También surgen y se multiplican las donaciones para atender las necesidades de alimentación de los colectivos en situación de vulnerabilidad, los cuales sufren especialmente las consecuencias de la crisis.

4. Desde que se desató la pandemia, los datos e informes revelan que se ha intensificado el número de casos de ansiedad, depresión y otro tipo de efectos psicológicos derivados del confinamiento y el aislamiento, incluido todo tipo de violencia contra las mujeres y las niñas en el hogar. Respondiendo a ese problema acrecentado por las circunstancias, algunas empresas desarrollan acciones enfocadas a la prevención y el apoyo psicológico.

## Expansión

Coronavirus: Grandes y pequeñas empresas ofrecen gratis sus plataformas de educación online



DREAMSTIME | EXPANSI

## Las empresas se ocupan de la salud psicológica de empleados y ciudadanos durante la COVID-19

Hospitales, aseguradoras, universidades o centros de prevención de riesgos laborales son algunas de las organizaciones que han optado por ofrecer apoyo psicológico a empleados, clientes y a la sociedad en general para abordar problemas que van desde presión laboral hasta la pérdida de un familiar, pasando por la gestión de la soledad en casa.

Gema I Albendea @Gemai Albendea 28 abril 202

Con el anuncio de las fases de la desescalada el panorama cambiará de nuevo y las empresas se volcarán en apoyar a sus proveedores y clientes en el camino hacia la nueva normalidad.

A nivel nacional se identifican las siguientes tendencias entre las acciones desarrolladas por las empresas españolas para la gestión de la crisis económica y social originada por el COVID-19<sup>1</sup>:

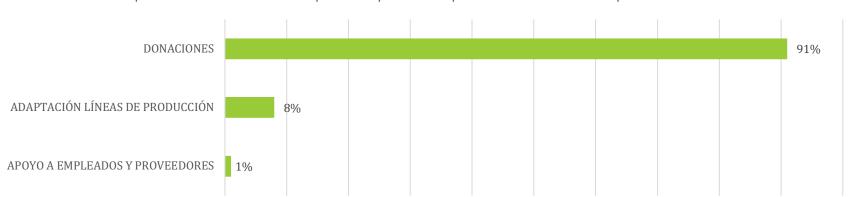
- 1. Acciones para la prevención
- 2. Donación de material sanitario, en metálico o en forma de productos y servicios de la empresa
- 3. Impulso de campañas de recaudación de fondos
- 4. Reconversión de la industria para la fabricación de material sanitario
- Infraestructura operativa y logística al servicio de la sociedad
- 6. Flexibilidad para los clientes en los plazos y condiciones de pago de créditos o facturas
- 7. Líneas de crédito especiales

- 8. Atención prioritaria a mayores, embarazadas, personas con discapacidad y sanitarios
- 9. Digitalización de servicios
- 10. Compromiso por el mantenimiento de puestos de trabajo
- 11. Bonus salarial a empleados sometidos a fuertes jornadas laborales
- 12. Flexibilidad laboral para conciliar
- 13. Reducción del plazo de pago a proveedores pyme y autónomos
- 14. Reducción de ingresos anuales de altos directivos
- 15. Desarrollo de nuevas alianzas, públicas y privadas, "más allá de la competencia.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> 15 <u>Tendencias en Responsabilidad Corporativa ante el COVID-19</u>. E. GALANTE. Ethic magazine

## ANALISIS DE ACCIONES DESARROLLADAS EN LA PROVINCIA DE ALICANTE

Las acciones realizadas por las empresas para amortiguar los efectos del COVID 19 se pueden agrupar en 3 macrotendencias: Donaciones, Adaptación de las líneas de producción (para la producción de material sanitario, de prevención y de higiene) y Apoyo a empleados y proveedores.



Tipos de acciones desarrolladas por las empresas de la provincia de Alicante en respuesta al COVID-19

Las **donaciones** han sido el mecanismo más utilizado por empresas de la provincia de Alicante para amortiguar los efectos del COVID-19 en su entorno.

El 55% son donaciones económicas realizados en la mayoría de las veces a través de una ONG u organización del tercer sector, las cuales posteriormente coordinan con los beneficiarios. Sólo a través de Cruz Roja se ha contabilizado un aporte de más de 3 millones 300 mil euros en los tres primeros meses de COVID durante el 2020.

Para apoyar las donaciones económicas, surgen iniciativas de campañas de recaudación de fondos, lideradas por grupos de empresas, por colegios profesionales y asociaciones empresariales.

## Buena Práctica CAMPAÑA DE RECAUDACIÓN DE FONDOS

Cinco empresas de la provincia de Alicante ponen en marcha la campaña solidaria **#NoTeLavesLasManos**, iniciativa que pretende recaudar fondos para el movimiento **#YoMeCorono**, el cual tiene como objetivo final desarrollar fármacos, anticuerpos y una vacuna contra el Covid-19 y otras futuras amenazas similares.

Los impulsores del proyecto promueven una subasta, en la que cualquier empresa u organización puede participar pujando por una cantidad a donar. La entidad que realizó la donación más alta será la ganadora que recibirá como contraprestación una campaña de comunicación integral que incluye: dirección creativa, diseño gráfico, desarrollo de material audiovisual, creación de un microsite y comunicación externa. Todos estos servicios se ofrecen gratuitamente por parte de las cinco empresas que impulsan la iniciativa (Unmesenjapon, Rafa Galán Fotografía, Rebecca Purple, VÄN e Intermundo Comunicación). La cantidad donada por la organización ganadora fue entregada íntegramente al movimiento #YoMeCorono.



El **45% restante son donaciones de productos o servicios de la empresa.** En estos casos, las empresas donan materiales o productos derivados de su propio negocio. Las empresas de distribución de alimentación hacen grandes donaciones de productos higiénicos y alimentación y bebidas. Las farmacias y la industria química donan material de higiene y productos de limpieza, las empresas textiles ropa y calzado para colectivos en riesgo, y el pequeño comercio dona sus existencias: desde pan y alimentos almacenables hasta colchones y sábanas para los hospitales de campaña.



Empresas del sector textil han donado miles de metros de goma elástica para la fabricación de mascarillas o hilos libres de aditivos y con el mínimo de impurezas, recomendados para la fabricación de mascarillas y batas quirúrgicas; y algunos hoteles y restaurantes de la provincia, sector que ha sufrido especialmente las consecuencias de la pandemia, han jugado un papel importante preparando cientos de menús calientes para colectivos en riesgo, como la buena práctica adjunta de la iniciativa Alicante Gastronómica.

Empresas del sector servicios, donan sus horas de trabajo a través de servicios pro bono en el caso de despachos de abogados o psicólogos, apoyando a pequeñas empresas, autónomos y personas solas o en riesgo.

El sector turismo, de forma responsable se adelantó a la obligatoriedad normativa y organizó su cierre de forma ordenada antes de que legamente tuvieran que hacerlo facilitando también la vuelta de los clientes a sus lugares de origen. Posteriormente puso su

infraestructura a disposición de las autoridades, multiplicándose así los espacios sanitarios seguros gracias a los hoteles medicalizados y gran parte del personal de hostelería trabajó de forma voluntaria en comedores sociales.

## Buena Práctica INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA AL SERVICIO DE LA SANIDAD

La Consellería de Sanidad dispuso de 46 habitaciones para acoger, en el primer hotel medicalizado de la provincia de Alicante, a pacientes leves que dieron resultado positivo por coronavirus, asintomáticos o ya curados que debían permanecer en cuarentena

En esta línea, también se alcanzaron acuerdos para poder medicalizar mas de una treintena de hoteles.

SANIDAD BARAJA USAR TAMBIÉN UN SEGUNDO ESTABLECIMIENTO EN ELDA

# El primer hotel medicalizado en Alicante: 46 habitaciones a disposición de pacientes y sanitarios Raúl Navarro ALICANTE, CORONAVIRUS, SANIDAD VIESTA SPORTIFICADO DE VIESTA SPORTIFI

## Buena Práctica RESTAURANTES SE VUELCAN A PREPARAR COMIDAS PARA LOS MÁS NECESITADOS

Cruz Roja complementa los menús elaborados por el Maestral con fruta donada por Mercalicante. La iniciativa contó además con la participación de la Cámara de Comercio de Alicante que canalizó las donaciones de otras empresas para complementar las comidas.



Otro ejemplo de cómo desde el sector empresarial se ha puesto la infraestructura de trabajo al servicio de la sociedad ha sido el sector agrícola. Los agricultores de todo el territorio español, incluidos los de la provincia de Alicante, que estaban en pleno periodo de manifestaciones por el abuso en los precios, hicieron un parón en sus protestas y ofrecieron sus tractores y equipos de fumigación a los ayuntamientos para desinfectar las calles.





"A pesar de la suspensión de buena parte de la actividad con motivo del COVID-19, agricultores, ganaderos y empresas agroalimentarias hemos continuado trabajando, porque nuestra actividad es esencial, imprescindible para garantizar el suministro de alimentos seguros y de calidad. Sabíamos perfectamente cual era nuestro papel en esta crisis y nos lo hemos tomado muy en serio. Trabajamos más de 12 horas al día, anteponemos nuestra salud y la de nuestras familias... porque sabemos la importancia que un Sector Primario y Estratégico tiene en una crisis de tales dimensiones, en la que el deber con los ciudadanos es mayor que el interés particular, en la que el bien común está por encima del bien personal. Y no hay otra manera de salir de esta que no sea que unos se sacrifiquen por otros, que los que están en primera línea de fuego: sanitarios, agricultores, fuerzas policiales... tiren de este carro como lo estamos haciendo. "José Vicente Andreu. Vicepresidente de ASAJA — Alicante y presidente de ASAJA Orihuela — Jóvenes Agricultores

La adaptación de las líneas de producción de empresas industriales para a la fabricación de material sanitario, es otra de las tendencias identificadas. Destaca con este rol la industria textil y del calzado.

## Buena Práctica ADAPTACIÓN DE LAS LÍNEAS DE PRODUCCIÓN

Las aparadoras de la empresa Evimefamm SL, dedicada principalmente a la elaboración de prensas de deportivas de varios tipos así como de uniformes escolares, utilizaron las telas de algodón que en tenían stock en la fábrica para elaborar unas mil mascarillas sanitarias que se distribuyeron de forma gratuita y solidaria por hospitales de la Vega Baja y el Bajo Vinalopó así como en geriátricos, comercios, Protección Civil y personas a nivel particular.

Se trata de ser solidarios, poner nuestro grano de arena y ayudar en esta crisis sanitaria cosiendo, en este caso mascarillas, que es lo que sabemos hacer" indica María Teresa, una de las trabajadoras de esta empresa de Rojales.

## La solidaridad de las aparadoras de Rojales proporciona un millar de mascarillas contra el covid 19

EDUARDO DE GEARojales Actualizado Domingo, 22 marzo 2020 - 08:23

Compartir en Facebook Compartir en Twitter Enviar por email

Se están distribuyendo de forma gratuita y solidaria por hospitales de la Vega Baja y el Bajo Vinalopó así como en geriátricos, comercios, Protección Civil y personas a nivel particular



Una de las aparadoras que fabrica las mascarillas en la empresa Eevimefamm EDUARDO DE GEA

## Las acciones de apoyo a proveedores y empleados son:

 Reducción del plazo de pago a proveedores pyme y autónomos: Pymes y autónomos que dan servicio a grandes empresas se verán beneficiados de esta medida que, en general, les permitirá cobrar por los servicios prestados antes del tiempo establecido por contrato.

 Adelanto del pago a proveedores, realizado por empresas de diferentes sectores, tales como energía, seguros y telecomunicaciones.



Como reconocimiento al esfuerzo y la entrega demostradas durante las duras semanas del confinamiento.



europapress / galicia

• Compromiso por el mantenimiento de puestos de trabajo: Si bien los ERTE son una de las primeras medidas adoptadas por las empresas, ante la imposibilidad de mantener costes fijos con una operación cerrada, algunas empresas anuncian su compromiso por mantener el 100% de los puestos de trabajo a medio plazo. Las empresas que adoptan esta medida son muy diversas: empresas fabricantes de bebidas, aseguradores, financieras o empresas del sector de gran consumo. Inditex preservará los puestos de trabajo y ofrece su red logística al Gobierno por el coronavirus



 Flexibilidad laboral para conciliar: Algunas empresas conscientes de las necesidades de familias con menores u otros familiares a cargo, han organizado sus modalidades de teletrabajo para que los horarios familiares sean compatibles con las necesidades laborales.





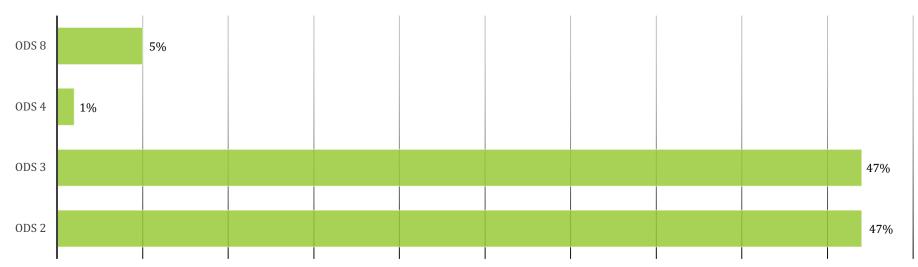
4

El impacto en los ODS

## Impacto en los ODS de las acciones desarrolladas por las empresas ante el COVID

Las acciones contribuyen a cuatro ODS





La contribución a los **ODS 2: HAMBRE CERO** y **ODS 3: SALUD Y BIENESTAR** es equitativa. Este resultado no sorprende teniendo en cuenta que la crisis tiene origen e impacto en el sector salud y como segundo efecto, impacta en la economía y acceso a las necesidades básicas de muchas personas, derivado entre otras cosas, de la pérdida de puestos de trabajo.

Por ello, las principales necesidades sociales en los primeros meses están vinculadas a la atención sanitaria en los centros especializados y la atención básica (comida y ropa) de los colectivos de personas más afectados.

NOTA: algunas de las acciones desarrolladas por las empresas impactan a más de un ODS

Para contribuir al ODS 3 las empresas han donado material sanitario adquirido o fabricado en las instalaciones de la empresa por su personal y recursos económicos directos.

Para contribuir al ODS 2, la mayor parte de las acciones son donaciones de alimentos. Destacan en este apartado las iniciativas del sector de la restauración preparando menús calientes diariamente para alimentar a las familias mas necesitadas y afectadas por la pandemia.

En menor medida las acciones aportan al **ODS 8: TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO**, a través de acciones que apoyan económicamente a empleados y proveedores y que buscan garantizar la estabilidad laboral; y al **ODS 4: EDUCACIÓN DE CALIDAD** apoyando el acceso a la tecnología para el seguimiento de los estudiantes a las clases virtuales.

## Cuadro sectorial del impacto en los ODS de las acciones de Responsabilidad Social

	ODS 2	ODS 3	ODS 4	ODS 8
Agricultura	8	1		
Pesca	2	2		
Minería	8	8		
Industria	102	131		1
Energético	8	8		
Banca y seguros	30	28		1
Comercio	62	42		1
Construcción y actividades inmobiliarias	3			
Ocio	7	7		
Servicios	30	28	2	
Turismo y restauración	2	2		
Academia e investigación	3	2		8

NOTA: algunas de las acciones desarrolladas por las empresas impactan a más de un ODS



## 5

Acciones para la prevención del contagio

## ACCIONES PARA LA PREVENCIÓN DEL CONTAGIO EN LAS INSTALACIONES DE LA EMPRESA

Junto a las acciones de responsabilidad social, las empresas han desarrollado de manera ágil mecanismos para la prevención del contagio en las instalaciones de la empresa, al objeto de proteger a empleados y clientes, y asegurar la continuidad de la operación de su negocio.

## Las principales medidas de protección a empleados han sido:

## Medidas informativas

- o Especificación a los empleados y desarrollo de protocolos para cumplir con las medidas de higiene.
- o Distribución de información a la plantilla sobre síntomas y pautas de actuación, así como recomendaciones de expertos.

## Medidas preventivas, sanitarias

- o Desarrollo de protocolos AD HOC para la prevención del contagio en las instalaciones de la empresa.
- o Reforzamiento de las medidas de limpieza e higiene en las instalaciones de la empresa.
- o Cumplimiento estricto de la distancia de seguridad.
- o Provisión en los centros de trabajo de geles, guantes y mascarillas.
- o Equipamiento con las protecciones necesarias en aquellos casos en los que es fundamental la presencia física en los centros.
- Disposición de vehículos para el traslado a su domicilio o centro de salud de los trabajadores que presentan síntomas durante la jornada laboral.
- Empleados voluntarios encargados de la "vigilancia de la salud, tanto física como psicológica" para velar por la seguridad de sus compañeros.
- Restricción de desplazamientos.
- o Instalación de mamparas de separación para empleados.
- Teletrabajo, para evitar todo tipo de contacto.

- Servicios telefónicos de urgencias 24 horas, para la realización de consultas relacionadas con el COVID.
- Ayuda psicológica para gestionar la ansiedad e incertidumbre que esta situación genera.

## Medidas organizativas

- o Reorganización de los puestos de trabajo para mantener la distancia de seguridad.
- o Planes de continuidad fundamentados en la premisa de asegurar la protección de todos los empleados frente al COVID-19
- Diseño propio de protocolos sanitarios para adaptar las necesidades del trabajo presencial y garantizar que todos los empleados puedan mantener la distancia de seguridad exigida de dos metros.

## Respecto a la protección de los clientes, las principales acciones son:

- Facilitar gel desinfectante, guantes y mascarillas a la entrada de las instalaciones de la empresa y los servicios derivados (por ejemplo transporte público).
- o Instalación de pictogramas y rotulación para recordar las medidas de seguridad.
- o Definición de horarios para la atención prioritaria de personas vulnerables al contagio como mayores y embarazadas.
- Las empresas de distribución implementan las entregas mediante "CONTACTO CERO", eliminando la necesidad de que el cliente firme la recepción de un envío en el teléfono móvil del mensajero y evitar el contacto con los clientes.
- Las empresas de público y los vehículos compartidos, refuerzan la limpieza y desinfección con servicios de limpieza itinerante, limitan aforos.
- Los bancos aumentan el límite de pagos por contactless de 20 a 50 euros sin necesidad de introducir el PIN para evitar el contacto con los terminales al teclear el número secreto e impulsan las operaciones telemáticas para reducir la afluencia de clientes a las sucursales.

6

Alianzas para el fortalecimiento del impacto

## ALIANZAS PARA FORTALECER EL IMPACTO

En la provincia de Alicante numerosas iniciativas fundamentadas en alianzas han dado respuesta a la necesidad de decenas de personas durante los primeros meses de COVID, y aportado solucione sanitarias a los centros de salud locales. Las alianzas para la coordinación de acciones son sectoriales o entre empresas y asociaciones del tercer sector, entre otras:

### Alianzas sectoriales

- Asociación Española de Empresas de Componentes y Maquinaria para el Calzado y la Marroquinería: coordinando con la administración aquellas iniciativas que puedan surgir, informando y asesorando en todo momento a las empresas asociadas. Para ello ha publicado en su web, un apartado específico donde figuran todos los documentos oficiales que el gobierno diariamente publica: Decretos, informes, manuales y guías, con el objeto de mantener en todo momento informadas a las empresas de los procedimientos y normativas legales a las que se pueden acoger y deben cumplir.
- Red Copérnico de emergencia textil: Esta red nació de un grupo de pequeñas y medianas empresas españolas que se unen para adaptar su producción y, en una acción solidaria, centrarse en la creación de batas y mascarillas que venden a precio de coste a los centros sanitarios que las necesitan. Llega a producir cerca de 140.000 batas y cada día para cubrir la demanda de material de protección de centro sanitarios de España.
- **#NoTeLavesLasManos:** Empresas de la provincia de Alicante ponen en marcha esta campaña solidaria para recaudar fondos para el movimiento #YoMeCorono, el cual tiene como objetivo final desarrollar fármacos, anticuerpos y una vacuna contra el Covid-19 y otras futuras amenazas similares.



## Alianzas multiactor, entre empresas y asociaciones del tercer sector y público - privadas

- Alicante Solidaria: Un conjunto de plataformas voluntarias, unificadas donando con gran esfuerzo mascarillas, batas, paneles protectores, alimentos... para empresas, hospitales y personas más necesitadas. Plataforma Alicante Solidaria se vuelca para donar material sanitario y productos de primera necesidad.
- **#tomamitablet**: Iniciativa liderada por el Instituto de Estudios Económicos de la provincia de Alicante (INECA) con la donación de portátiles y gestionando la centralización de las compras de nuevas donaciones para que aquellos estudiantes que no disponen de estos dispositivos puedan continuar las clases online.
- Alicante Gastronómica Solidaria: proyecto dirigido por la Cámara de Comercio de Alicante y en colaboración con instituciones como Diputación Alicante, Turisme Generalitat Valenciana, Turísticas empresariales las Asociaciones de (APHA, APEHA, ARA, HOSBEC, ABRECA, AEHTC, AETE, ACyRA...) así alicantinas. como empresas privadas а través de CEV y CEDELCO, y Concejalías de Bienestar Social de diferentes Ayuntamientos (Alicante, Alfaz del Pi, Relleu, Altea, Sella, Finestrat). Lo llevan a cabo voluntarios del sector de la hostelería de la provincia de Alicante

Reflexiones finales

## **REFLEXIONES FINALES**

- Durante la crisis, partiendo de su "Know how", las empresas han puesto al servicio de la sociedad las oportunidades derivadas de su negocio, experiencia, y capacidad económica. Esto ha demostrado su capacidad de innovación y flexibilidad, así como el importante rol que el sector privado tiene en la sociedad.
- 2. El hecho de que la mayoría de las acciones que se han desarrollado para contribuir a la gestión sanitaria hayan sido donaciones, invita a repensar el rol filantrópico de la empresa, estigmatizado por el interés en que las estrategias de responsabilidad social se centren en la gestión de impactos positivos y negativos de las organizaciones. La gestión responsable solo podrá asegurarse si las empresas abordan lo que se conoce como "sus temas materiales" que son aquellos en los que impactan su operación. No obstante, uno de los aprendizajes de esta crisis es que las empresas, y las personas, pueden generar un gran impacto positivo a través de acciones solidarias traducidas en tiempo o dinero, por lo que cobra relevancia la necesidad de tener una política y una estrategia de donaciones que permita gestionar los recursos económicos de la forma más eficiente posible. En el caso específico de la pandemia, donaciones son también una forma de alianza, ya que la empresa donante se beneficia directa o indirectamente al contribuir a un interés general como lo es la salud pública.

Contribuir sanitariamente en una situación de crisis contribuye a nivel social y económico. No hay que olvidar que los trabajadores, proveedores y clientes de las empresas forman parte de esa población beneficiada por dichas donaciones, y sin ellos la empresa no puede operar. La salud pública es un bien común.

Las empresas han respondido a necesidades no cubiertas, demostrando ser un agente económico y social fundamental para el bienestar de la sociedad y evidenciando su potencial para generar desarrollo, su capacidad de innovación y adaptación con rapidez y su capacidad de gestionar en alianza.

3. Por otra parte, es necesario aclarar la diferencia entre la Responsabilidad Social de las Empresas y la Acción Social ejercida desde las Empresas en estos momentos de crisis, pues la Responsabilidad Social es una herramienta de gestión que permite la gestión de los impactos positivos y negativos de la empresa en favor de los grupos de interés y de los riesgos y oportunidades asociadas, y la acción social son acciones altruistas en favor de un colectivo, que pueden estar o no alineadas con el qué hacer de la empresa. En esta ocasión, muchas de las iniciativas de acción social materializadas a través de donaciones, han sido de los propios productos y servicios de la empresa.

- 4. Las acciones de prevención que han desarrollado en sus instalaciones y con sus empleados, y sus esfuerzos por mantener empleos de calidad asegurando la salud de sus trabajadores, refuerza el rol de la empresa como agente que genera empleo y estabilidad social y económica. Las empresas han sabido ir identificando las necesidades del momento y respondiendo a las mismas y se han hecho eco de que la cohesión social y el compromiso colectivo permiten que toda la sociedad salga adelante. Y además, muchas lograron la continuidad del servicio a pesar de las circunstancias.
- 5. También cabe destacar el **esfuerzo realizado por los trabajadores**, sobre todo de aquellos sectores de servicios esenciales que estuvieron en primera línea: empresas de abastecimiento de alimentación y carburantes, transporte, servicios de agua, alcantarillado, limpieza, mantenimiento y electricidad, conexión a internet, servicios financieros, asesoramiento jurídico y económico a las empresas y, por supuesto, el personal sanitario.
- Por otro lado, es igual de notorio el impacto de la gran empresa como la suma de acciones del pequeño comercio y las pymes, quienes han respondido con

- eficacia a necesidades específicas de colectivos de su entorno.
- 7. Previsiblemente, el cambio de prioridades impacta en las estrategias de sostenibilidad y acción social de las empresas. Mucho se ha escrito sobre el impacto de los efectos del COVID-19 en las matrices de materialidad¹ y la necesidad de rediseñar las estrategias de Responsabilidad Social. Muchos procesos que ya estaban en marcha se han acelerado, tales como la digitalización y el teletrabajo y otros temas, como la salud, se han consolidado como prioritarios.
- 8. Antes de la crisis, **la salud** era un tema emergente que cobraba cada vez más relevancia en las estrategias de Responsabilidad Social. Tras la pandemia, se ha posicionado como uno de los principales temas en el que las empresas tendrán que trabajar de forma integral, poniendo especial atención a la salud mental y la salud no solo del individuo si no también de su grupo familiar y comunidad.
- 9. Esta idea se refuerza con un estudio reciente elaborado por la Asociación de Directivos de Responsabilidad Social (DIRSE) y la consultora EY, en la que se revela que los temas de sostenibilidad incrementan en importancia en cuanto a gestión empresarial a raíz del COVID y en

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Ver estudio <u>¿Cómo ha cambiado la COVID-19 las prioridades en RS/Sostenibilidad?</u> Andreu A, Castilla Vida, A. EY

- especial, en cuanto a los temas a trabajar con empleados, destaca la seguridad y salud en el trabajo como uno de los temas emergentes después del COVID-19.
- 10. Las predicciones del estudio para 2020 del Wold Economic Forum (WEF) sobre los principales riesgos previstos, tenían en su listado de riesgos derivados de una pandemia o una propagación de enfermedades contagiosas a escala mundial el COVID-19. No era un fenómeno desconocido e imprevisto, aunque si lo haya sido su gestión. La gestión de riesgos futuros se convierte, por tanto, en un tema central de la gobernanza de la empresa, y su conocimiento en parte de la cultura general que un CEO debe tener.
- 11. Las medidas de prevención de las empresas y todas las organizaciones en general, se han adoptado en plena crisis siguiendo la pautas del gobierno y de la OMS, y recurriendo al conocimiento interno de la propia empresa, con grandes esfuerzos de planificación y logística realizados en tiempo record. Después de esta experiencia, se plantea la necesidad de la existencia de protocolos de salud dentro de las empresas que ayuden a gestionar otras epidemias y situaciones similares y asegurar la continuidad del negocio de una forma planificada.

- 12. La importancia de las Alianzas también se visibiliza tras el análisis de las experiencias surgidas en el contexto de la crisis. Las alianzas entre las empresas y el tercer sector han permitido la distribución de la ayuda a los colectivos más necesitados. También el trabajo de coordinación de asociaciones empresariales sectoriales ha permitido orquestar de forma eficiente la ayuda de las empresas de ciertos sectores.
- 13. Por último destacar la visibilidad que ha adquirido la responsabilidad social como disciplina, pues ha sido una ocasión sin precedentes de leer diariamente en los medios de comunicación acciones relativas a la respuesta de las empresas a favor de la sociedad y en contribución a la amortiguación de los efectos de la crisis. Y en la post crisis se aceleran las normativas y regulaciones que la fortalece, tales como la Aplicación del Pacto Verde Europeo, la revisión de la Directiva Europea de Información no Financiera, la Ley de Cambio Climático y Transición Energética, el Real Decreto-ley 6/2019, de medidas urgentes para garantía de la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el empleo y la ocupación, o la Estrategia de lucha contra la Brecha Digital, entre otros.

Cátedra de Responsabilidad Social de la Generalitat Valenciana en la Universidad de Alicante

Carretera de San Vicente del Raspeig s/n 03690 San Vicente del Raspeig

