



COVID-19,

la crisis sanitaria, económica
y social que pone a prueba la RSE

A través de sus programas de Responsabilidad Social Corporativa, una gran multitud de empresas y entidades están dando respuesta para aportar soluciones frente a la crisis sanitaria, social y financiera sin precedentes provocada por la pandemia de la COVID-19. En este reportaje de CompromisoRSE hacemos un balance de las principales iniciativas que las compañías, con independencia de su sector y tamaño, han puesto en marcha para ayudar a los distintos stakeholders. Un análisis que ofrece una radiografía muy clara del cambio que han protagonizado los programas de Responsabilidad Social Corporativa para pasar a ser parte de la solución a esta crisis.

Desde la declaración del Gobierno del estado de alarma, el pasado sábado 14 de marzo, está creciendo exponencialmente la respuesta del sector empresarial para aportar soluciones que ayuden a combatir la emergencia sanitaria provocada por la COVID-19, y la consecuente crisis social y económica, en beneficio de la población en general. Y es que tal y como afirma el **director de Desarrollo Corporativo de Forética, Jaime Silos**, "COVID-19 es una crisis sistémica que pone de manifiesto un conjunto de vulnerabilidades que abarcan distintos ámbitos: desde el sanitario, socioeconómico y político. Ante su envergadura, estamos a la espera de conocer qué consecuencias reales se derivarán de la misma, aunque ya podemos ver los primeros síntomas claros en el nivel de endeudamiento, daño en el tejido empresarial, desempleo y riesgo de pobreza para un amplio porcentaje de la población".

Ahora la pregunta es ¿qué papel está jugando la RSE? A lo que la **directora global de Ética Corporativa y Sostenibilidad de Telefónica, Elena Valderrábano**, sostiene que "la RSE es ahora más necesaria que nunca porque se va a precipitar y profundizar la necesidad de transformar la relación de las empresas con nuestros principales grupos de interés. Las compañías tienen mucho que decir para impulsar los Derechos Humanos, hoy y en el futuro. Al marco 'Proteger, Respetar y Remediar', de los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, quizás habría que añadir 'promover'".

En este sentido, la **directora de Relaciones Internacionales y Sostenibilidad de Correos, Elena Fernández Rodríguez**, remarca que "estas semanas hemos visto como aquellas organizaciones que mejor integrada tenían la RSE en su estrategia y operativa diaria, son las que mejor han podido adaptarse y responder ante una situación imprevista y de gran impacto social y económico como la actual. Esta integración ha

permitido desde la instauración del teletrabajo a la adaptación de sus modelos y cadenas de valor para responder y tener un impacto positivo en una situación tan crítica".

A lo que la **directora de Desarrollo Sostenible y Equidad de SUEZ en España, Dulcinea Meijide**, añade que "la RSE ayuda a identificar y anticipar riesgos globales y reforzar la resiliencia de las organizaciones. El cambio climático, las grandes desigualdades y la necesidad de cuidar de la salud y el bienestar de las personas y del planeta son una constante que aparece en la hoja de ruta global definida por Naciones Unidas a través de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Y las empresas que han incorporado el desarrollo sostenible en sus estrategias han demostrado ser más resilientes ante la pandemia".

Y en palabras de **Javier Perera, director general de Personas y Recursos de Enagás**, "la sostenibilidad es clave en la situación actual. Estamos viviendo un momento crítico en el que nuestros grupos de interés esperan una respuesta de las compañías alineada con los compromisos adquiridos. En este sentido, aspectos como el propósito social, los valores y principalmente, la protección de las personas, deben ser gestionados para continuar generando valor para nuestros grupos de interés".

Por su parte, **Elena Galante, experta y asesora en Responsabilidad Social Corporativa**, opina que "no me cabe la menor duda de que la situación actual pone de manifiesto la importancia de la RSE y está siendo un excelente ejemplo de cómo las empresas pueden contribuir a la sociedad desde su negocio, gestionando las oportunidades derivadas de sus propias capacidades, del simple hecho de existir".

Afrontar la emergencia sanitaria, lo primordial

La rápida propagación del coronavirus en España se tradujo, en un primer momento, en una saturación de los hospitales y puso de manifiesto la falta de material sanitario, tanto para atender a los pacientes como para proteger al personal médico.



ELENA VALDERRÁBANO,
directora global de Ética Corporativa
y Sostenibilidad de Telefónica

"Las compañías tienen mucho que decir para impulsar los Derechos Humanos, hoy y en el futuro"

De modo que las donaciones de material sanitario y de alimentos a los hospitales han acaparado buena parte de las acciones empresariales.

Así pues, en su compromiso de donación de 130 millones de dosis de hidroxycloquinina, **Novartis** ha entregado a las autoridades sanitarias españolas una donación masiva de este fármaco que produce Sandoz para tratar a varias decenas de miles de pacientes españoles hospitalizados por COVID-19. El **director general de Sandoz, la división de genéricos y biosimilares de Novartis, Joaquín Rodrigo**, ha declarado que donando esta importante cantidad de hidroxycloquinina a las autoridades sanitarias cumplimos con nuestra responsabilidad y facilitamos el acceso de los pacientes a un posible tratamiento contra la COVID-19 a la vez que apoyamos la investigación clínica en la lucha contra el coronavirus".

Más allá de los esfuerzos a nivel global por poner en común el conocimiento en favor de la investigación científica, **Bayer** ha activado en



Nestlé está trabajando con Cruz Roja y ANEABE en la entrega de agua mineral a hospitales.



Cruz Roja Responde quiere movilizar a la sociedad para conseguir once millones de euros.



DULCINEA MEIJDE,
directora de Desarrollo Sostenible y
Equidad de SUEZ en España

“La actual crisis ha puesto de manifiesto la importancia de la RSE, la solidaridad y el desarrollo sostenible”

España un plan para dar soporte local a las necesidades generadas a raíz de esta crisis. Se trata de una donación de 800.000 euros para el Sistema Nacional de Salud, así como la donación de equipamiento técnico, la activación de acciones de voluntariado o un programa de acompañamiento educativo a profesorado a través de su acción “Cuestión de ciencia”, entre otras iniciativas.

Además de la medicación y material donado por las compañías farmacéuticas, las empresas se han volcado en dotar de material de protección a los sanitarios españoles. De este modo, **Mango** ha donado al Ministerio de Sanidad dos millones de mascarillas. Además, la compañía de moda está confeccionando en sus instalaciones de Pa-

lau-solità i Plegamans 13.000 batas para equipos sanitarios gracias a la adquisición, por parte de la Fundación Pablo Horstmann, de más de 30.000 metros de tejido homologado. Una vez fabricadas, la Fundación será la responsable de repartir las batas entre los centros hospitalarios, residencias de mayores y centros de discapacitados según criterios de mayor vulnerabilidad y necesidad.

Por su parte, **Leroy Merlin** ha donado, hasta el momento, más de 120.000 productos para la protección de los profesionales sanitarios y el cuidado de pacientes en diferentes puntos de España. El objetivo de la compañía es ayudar a garantizar la seguridad de las personas que se encuentran en primera línea de batalla, para que puedan realizar su labor asistencial de la mejor manera posible. Para ello, algunos productos han sido retirados de la venta para poder destinarse a las necesidades sanitarias actuales.

Adicionalmente, la compañía continúa donando a terceros ciertos productos especiales, necesarios para la fabricación de equipos de protección individual para el personal sanitario. Así, la compañía ha destinado bobinas de filamento PLA a la Universidad Carlos III, a la Fundación ONCE y a “Coronavirus Makers”, para la elaboración de 45.000 pantallas de protección antisalpicaduras. Estos equipamientos están siendo ya enviados a hospitales, residencias de mayores y centros sanitarios.

Las empresas del sector químico español, entre las que se incluye Dow, han sido consideradas como esenciales para la industria española. Por ello, tal y como explica la **directora de Comunicación y Relaciones Institucionales de Dow para España y Portugal, Claudia Granadeiro Tagliavini**, “no hemos dejado de operar en nuestras plantas, aunque lo hemos hecho con el personal mínimo, mientras los demás teletrabajan. Recien-

temente, nuestra compañía ha puesto en marcha un proyecto para producir gel desinfectante en distintos Centros de Producción de Europa, América Latina y América del Norte”. Asimismo, Claudia Granadeiro Tagliavini añade que a través de la Dow Company Foundation, “se ha creado un programa de donaciones para ayudar a los distintos países del mundo en su lucha contra la COVID-19, con el que ha destinado una inversión de tres millones de dólares a hospitales y organizaciones no lucrativas locales que contribuyan a frenar el avance de esta pandemia. Entre los países beneficiarios de este programa de donaciones, se incluye España.

En la misma línea, **Covestro España** también ha contribuido a abastecer a los centros sa-



SILVIA SEGARRA,
directora de Comunicación
Institucional de ALDI

“La única manera viable, sostenible y adecuada de actuar en este momento es hacerlo con responsabilidad y sensibilidad”



YOLANDA ERBURU,
directora de Comunicación y
RSE de Sanitas

“El objetivo del
ODS 17 será más
vigente que nunca”

nitarios y asistenciales del material necesario para hacer frente a la COVID-19. Para ello ha realizado una donación de 30.000 euros a diferentes instituciones sanitarias para la compra de material. De ellos, 10.000 euros irán destinados al Hospital de Bellvitge de Barcelona, 10.000 euros al Hospital Joan XXIII y otros 10.000 euros al Hospital Sant Pau y Santa Tecla, éstos dos últimos de Tarragona.

Y **Repsol** ha donado 1.500 kg de polipropileno producido en su planta de Polidux en Monzón (Huesca) a la Fundación para la Investigación y Desarrollo en Transporte y Energía (CIDAUT) de Valladolid para la fabricación de viseras para pantallas faciales de protección para el personal sanitario. De esta forma, la producción diaria asciende a 5.700 unidades. El polipropileno es el material utilizado para fabricar, por inyección, el soporte de las viseras faciales, una de las dos piezas que componen este indispensable elemento de protección para los sanitarios que luchan en estos momentos contra el coronavirus. También ha cedido una máquina PCR del Technology Lab con capacidad para realizar 500 test diarios en el Hospital de La Paz de Madrid, así como bobinas de material en Tarragona y Puertollano para elaborar batas impermeables para el personal sanitario.

Las entidades financieras también se han volcado en la adquisición de material sanitario. Es el caso de **BBVA**, que ha destinado 35 millones de euros a la adquisición de material médico prioritario, especialmente respiradores. Hasta la fecha, y en un entorno de escasez mundial, ya han llegado varios cargamentos de material sanitario procedentes de China. Un primer envío aterrizó el sábado 28 de marzo en Barcelona con 260 respiradores para apoyo fuera de UCI que ya se han distribuido a distintos hospitales a nivel nacional. El segundo envío aterrizó en el aeropuerto de Zaragoza con 13 respiradores para UCI y otros 740 respiradores para apoyo fuera de UCI que también han sido ya distribuidos.

La contaminación se desploma: la cara positiva de la COVID19

A menos coches, menos contaminación. Cuando se cumplía la primera semana desde que el Gobierno decretaba el estado de alarma, la reducción de alrededor del 60% del tráfico rodado en Madrid y Barcelona repercutió en el desplome de sus niveles de contaminación: los valores medios de dióxido de nitrógeno apenas alcanzaron esa semana el 40% del límite fijado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Unión Europea (UE). Ante esta realidad, la organización medioambientalista Greenpeace asegura que las circunstancias excepcionales que han conllevado la gestión de la crisis de la COVID-19 pueden servir de aprendizaje para reducir las miles de muertes que la mala calidad del aire provoca cada año.

“Es evidente que bastan unos días sin tráfico para despejar la atmósfera. De una si-

tuación tan difícil como la que estamos viviendo deberíamos extraer una lección: no deberíamos vacilar a la hora de tomar medidas contundentes siempre que se ponga en riesgo la salud de las personas”, destaca Adrián Fernández, responsable de la campaña de Movilidad de Greenpeace.

No obstante, aunque es un aspecto positivo, los expertos de Greenpeace no se muestran del todo optimistas. Especialistas en cambio climático de la ONG advierten de que “la caída de la contaminación del aire y la probable disminución de las emisiones de carbono son los efectos secundarios de que toda la producción, la economía y el consumo no esencial estén paralizados”, y aseguran que “esta es la manera menos sostenible y duradera para controlar las emisiones y limpiar la contaminación”.

Cambios productivos y de negocio

La situación de emergencia y los cambios de producción también han llegado a otras compañías de otros sectores. Durante estos días, la línea de fabricación del **SEAT** León en la planta de Martorell ha cambiado totalmente de aspecto. Ha dejado de producir coches para fabricar respiradores asistidos, y lo ha hecho en un tiempo récord gracias al intenso trabajo de numerosos

empleados de SEAT y a su solidaridad. “La motivación de todas las personas que participamos en este proyecto es ayudar de la manera que nosotros sabemos, que es fabricar en serie un equipo, esta vez para salvar vidas”, explica **Nicolás Mora, del área de Producción de SEAT Martorell.**

Por su parte, Repsol ha adaptado su centro de investigación Repsol Technology Lab, situado en Móstoles y especializado en la producción del



BBVA ha destinado 35 millones de euros a la adquisición de material médico prioritario.



Más de 1.000 voluntarios y voluntarias de Correos han colaborado en un total de 178 iniciativas .

combustible y el lubricante de las motos de Marc y Álex Márquez, integrantes del equipo Repsol Honda de MotoGP, para fabricar 10.000 litros hidrogel a la semana que se están donando a los hospitales de Madrid. En la misma línea, **Henkel** ha realizado cambios en sus instalaciones de producción y ha empezado a producir desinfectantes en las fábricas seleccionadas con la voluntad de donar 50.000 litros de este producto, cada vez más preciado, a instituciones públicas y grupos profesionales en la lucha contra el coronavirus.

Por su parte, **Beiersdorf Manufacturing Tres Cantos**, la planta de producción de productos Nivea en España, ha puesto a disposición de las autoridades sanitarias la capacidad técnica y productiva para la fabricación de soluciones hidroalcohólicas con la formulación recomendada por la OMS. "En estos tiempos más que difíciles, Beiersdorf Manufacturing Tres Cantos tiene como objetivo proporcionar el mejor apoyo posible a la atención sanitaria de emergencia española para hacer frente a la situación de salud pública", ha afirmado el **director de Producción de Beiersdorf Manufacturing Tres Cantos, Sebastián Marchante**.

Mientras, **Garnier**, segunda marca del **Grupo L'Oréal**, contribuye a esta emergencia sanitaria con la producción y distribución gratuita de 200.000 unidades de gel limpiador hidroalcohólico entre los empleados de sus minoristas de alimentos y perfumerías. Con esta medida, Garnier pone el foco en la distribución y venta de bienes de consumo como uno de los sectores esenciales a proteger; y más en concreto, a las plantillas de trabajadores que, a diario, acuden a esos centros de trabajo para garantizar la venta de alimentos y bienes de primera necesidad entre la pobla-

ción. Un ambicioso plan de solidaridad con un propósito claro definido por el **director general internacional de Garnier, Adrien Koskas**: "Creemos que es nuestra responsabilidad apoyar a quienes trabajan en primera línea cada día y a quienes están ayudando a proteger a las poblaciones más vulnerables de todo el mundo".

Las empresas del sector químico también se han volcado con la crisis sanitaria. **Covestro España**, como fabricante de elementos y productos químicos imprescindibles en situación de emergencia y, consciente de la importancia de contribuir para mitigar el impacto del coronavirus, se ha comprometido con el suministro de materiales esenciales en sectores críticos como el sanitario, asistencial y de alimentación tanto humana como animal. De este modo, mantiene la producción de recubrimientos protectores necesarios para la fabricación de productos específicos para sector textil sanitario, la construcción hospitalaria y el *packaging* alimentario, sanitario, animal y de higiene. Asimismo, como ya se anunció anteriormente, Covestro España seguirá produciendo ácido clorhídrico, un elemento esencial en la fabricación de productos de tratamiento e higienización de agua, productos de desinfección para evitar la propagación del virus, así como alimentación animal.

A nivel de infraestructuras sanitarias, **Sanitas** ha desplegado junto a sus Hospitales Universitarios Sanitas La Zarzuela y La Moraleja de Madrid dos hospitales de campaña. Esta medida se une a la adecuación de quirófanos o salas de reanimación que buscan duplicar la capacidad de los centros hospitalarios de Sanitas, tanto en camas normales como en plazas de UCI, para atender en las mejores condiciones a los pacientes contagiados por coronavirus. Además, la compañía ha contratado a más de 150 profesionales asistenciales entre médicos, enfermeros y auxiliares, para afrontar esta emergencia sanitaria.



CARLOS TORRES VILA,
presidente de BBVA

"Podemos y debemos hacer todo lo que está en nuestra mano, que es mucho, para ayudar a superar el problema"

Desde el inicio de la crisis sanitaria, **NH Hotel Group** ha puesto distintos recursos a disposición de las autoridades y organizaciones sociales españolas. De esta forma, con el objetivo de aliviar la presión asistencial provocada por el aumento de afectados en los hospitales, NH Hotel Group ha acordado con las autoridades sanitarias la medicalización de algunos de sus hoteles como es el caso de NH Parla, ubicado en el mismo municipio de la Comunidad de Madrid, y el hotel NH Iruña Park ubicado en Pamplona. Los establecimientos, que acogen a pacientes afectados por Coronavirus, también tienen plantas dedicadas a personal sanitario. "Además, estamos donando gran parte de los alimentos que había en los hoteles que han tenido que cerrar, así como *amenities*, camas o mantas, para hospitales y otros lugares necesitados. Me gustaría destacar



ALDI ha donado casi medio millón de botellas de agua a centros hospitalarios.



El personal de fábricas y de operaciones de Nestlé recibirá una asignación de hasta 500 euros al mes.

también nuestra colaboración con World Central Kitchen, la ONG del chef español José Andrés, a la que le hemos cedido nuestra cocina del NH Eurobuilding para preparar comida para personas vulnerables en estos momentos de incertidumbre”, explica **Marta Martín, VP Corporate Responsibility & Internal Communications de NH Hotel Group.**

Y por su parte, **Vodafone Business**, con la colaboración de sus *partners*, ofrece de forma gratuita un conjunto de soluciones a los equipos de IFEMA para dotar al nuevo hospital de una infraestructura sólida de comunicaciones y servicios orientados a mejorar la coordinación sanitaria, así como el bienestar de los pacientes. El

objetivo de esta medida es reforzar las infraestructuras de comunicaciones móviles y fijas de IFEMA que deberán dar soporte al ingente volumen de tráfico que se generará en el hospital, asegurando su máxima disponibilidad y seguridad, dado el carácter crítico de la actividad que se está desarrollando. Tal y como comenta el **director de Comunicación y Sostenibilidad de Vodafone, Jaime de Andrés**, “nuestro objetivo como empresa es conectar para un futuro mejor; este propósito de compañía se he hecho más importante que nunca en estos días, ya que tenemos un papel fundamental para garantizar la conectividad y el acceso a la tecnología en esta situación de crisis sanitaria y de confinamiento”. Y añade: “La

sostenibilidad es un tema transversal en la compañía y esta situación lo ha puesto de manifiesto, al tener que aunar los esfuerzos de todas las áreas (tecnología, unidades de negocio, comercial, recursos humanos, etc.), para satisfacer las necesidades de los *stakeholders* y de la sociedad en general, afrontando los desafíos de esta crisis y poniendo en marcha todas las medidas necesarias a nuestro alcance para contrarrestarlas”.

Correos ha puesto al servicio de la sociedad su capacidad logística para colaborar con aquellas acciones solidarias que están surgiendo en todo el país. Así pues, la compañía postal prestó el servicio de entrega de los respiradores de emergencia que SEAT fabricó en su factoría de Martorell (Barcelona) para ayudar a paliar los efectos de la emergencia sanitaria provocada por la COVID-19. Correos se convirtió así en el operador logístico de la compañía automovilística en esta iniciativa con el visto bueno del Ministerio de Sanidad. Paralelamente, Correos está distribuyendo un total de 929.183 mascarillas entre 163.665 transportistas de toda España. La iniciativa de Correos incluye la recopilación de todo el material de protección, adquirido previamente por el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana y procedente de diversos lugares, así como la preparación de los envíos, el empaquetado de estos y su transporte a las oficinas.

Mantenimiento del empleo

A pesar de las facilidades decretadas, de forma excepcional, por el Gobierno para que las empresas se puedan acoger a un Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE), son muchas las que han apostado por el mantenimiento de sus plantillas. De hecho, las grandes empresas han anuncia-



Danone donará 1.000.000 de yogures y 180.000 litros de agua mineral al mes.



JACQUES REBER,
director general de Nestlé España

“Estoy muy orgulloso de la calidad profesional y humana que están demostrando nuestros trabajadores”

Cruz Roja Responde

Cruz Roja Española ha puesto en marcha la iniciativa Cruz Roja Responde, un plan integral puesto en marcha para atender a personas en situación de vulnerabilidad a causa de la COVID-19. El programa, que ha recibido la colaboración de multitud de empresas, busca conseguir una recaudación de once millones de euros para dar respuesta a las necesidades sanitarias, sociales, educativas o de empleabilidad de 1.350.000 personas que están siendo más afectados por la pandemia y, especialmente, personas mayores, con problemas de salud, con discapacidad, niñas, niños y jóvenes, personas sin hogar, mujeres en dificultad social, inmigrantes y refugiadas y población en general. Todo ello a través de la activación de 40.000 personas por todo el territorio nacional.

De esta manera más de un millón de personas recibirán atención y acompañamiento telefónico, 25.000 familias recibirán bienes básicos, 16.000 personas serán apoyadas en materia de empleo, 8.500 familias estarán conectadas al programa de éxito escolar y 3.000 personas sin hogar tendrán un lugar para dormir, entre otros objetivos.

do su compromiso por mantener el 100% de los puestos de trabajo a medio plazo. No obstante, la movilidad reducida de la que ha comportado el estado de alarma ha llevado a muchas compañías, la mayoría de ellas grandes empresas y multinacionales, a apostar por el teletrabajo y mantener, así el nivel de servicio a sus clientes y usuarios.

De este modo, desde principios de marzo, y siguiendo las primeras recomendaciones impulsadas por las autoridades sanitarias, **BBVA** puso en marcha una serie de iniciativas para fomentar el trabajo en remoto entre sus empleados, que se han visto incrementadas con el avance de los acontecimientos. Prácticamente la totalidad de los empleados de servicios centrales de todo el Grupo está trabajando de forma remota. En cuanto a la red comercial en España, BBVA está operando con un 30% de las oficinas abiertas y en torno al 10% de los empleados de la red trabajando presencialmente, siguiendo las medidas marcadas por las autoridades sanitarias y extremando las



Ante la falta material sanitario, Pascual fabrica pantallas protectoras, válvulas para respiradores y salva-orejas.

recomendaciones para limitar al máximo el riesgo de contagio. A todo ello, el **presidente de BBVA, Carlos Torres Vila**, ha anunciado que, como acto de responsabilidad con la sociedad, sus clientes, accionistas y empleados en el contexto actual, "las personas que dirigimos el banco a nivel global y en los distintos países hemos decidido renunciar a toda nuestra retribución variable del año 2020".

También merecen mención especial las primas o bonus que recibirán los trabajadores de aquellos sectores que la crisis les ha comportado un mayor volumen de trabajo. Tras afrontar largas jornadas de trabajo por las fuertes exigencias de los nuevos patrones de consumo, algunas empresas reconocen el esfuerzo a sus empleados. Es el caso de **Danone** que ha anunciado una prima extraordinaria de 500 euros brutos en la nómina de abril, para reconocer el esfuerzo de los 911 empleados de la compañía que siguen yendo a sus puestos de trabajo en periodo de confinamiento. Esta medida se enmarca en el primer eje de actuación del Programa de Acción Social "Alimentar por Amor", y tiene como objetivo garantizar la producción y la seguridad de los empleados de Danone y los integrantes de la cadena alimentaria. Además de la prima extraordinaria, la compañía ha garantizado el empleo y el 100% del salario a toda su plantilla en España, como mínimo, hasta el mes de junio.

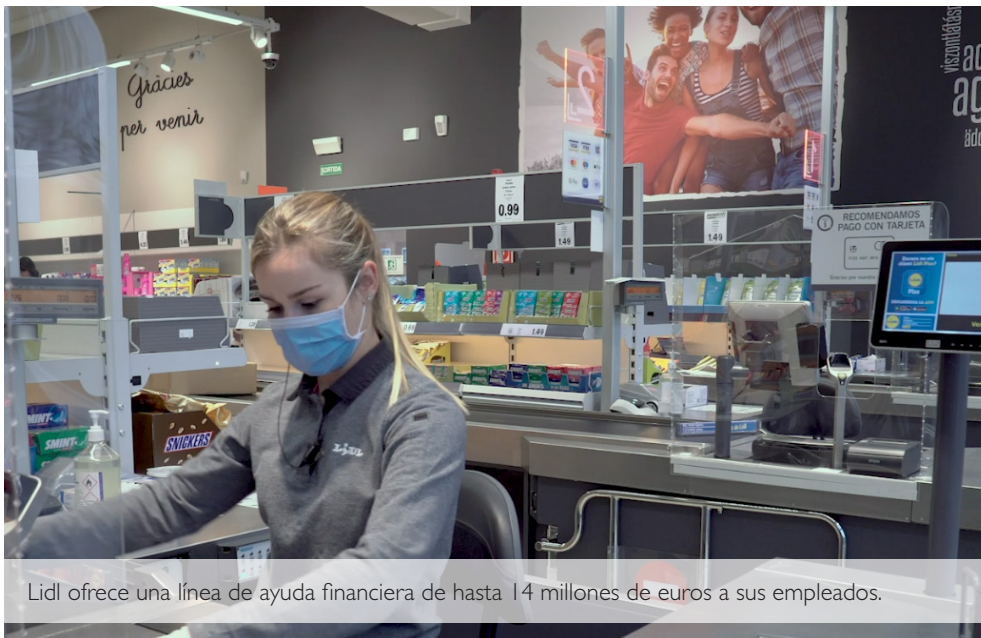
"A través de estas acciones queremos reconocer el esfuerzo, la entrega y la capacidad de adaptación de los empleados de las tres unidades de negocio de Danone España productos lácteos y de origen vegetal, aguas y nutrición especializada- que están yendo diariamente a nuestras fábricas y centros logísticos, explica el **director general y CEO de Danone España, Paolo Tafuri**.



JAVIER PERERA,
director general de Personas
y Recursos de Enagás

"Solo con una visión a largo plazo seremos capaces de anticiparnos y afrontar los retos derivados de un mundo globalizado"

En la misma línea, **Nestlé** también ha querido agradecer el intenso trabajo que están desarrollando los equipos que forman la primera línea de actividad. Por ello, todo el personal de fábricas y de operaciones del centro de distribución de Guadalajara recibirá una asignación de hasta 500 euros al mes. Asimismo, la compañía se ha comprometido a garantizar el salario íntegro durante un mínimo de doce semanas desde la declaración del estado de alarma a todos los empleados cuya actividad pudiera verse impactada por la COVID-19. Finalmente, la posibilidad de solicitar un anticipo de salario se ampliará una mensualidad respecto a la política vigente en cada centro de trabajo. Ante esta situación, el **director general de Nestlé España, Jacques Reber**, ha afirmado: "Estoy muy orgulloso



Lidl ofrece una línea de ayuda financiera de hasta 14 millones de euros a sus empleados.

de la calidad profesional y humana que están demostrando nuestros trabajadores. Sin duda, es, gracias a ellos, que Nestlé puede cumplir con la que es ahora su misión esencial: garantizar el suministro de alimentos a todas las familias españolas y a sus animales de compañía”.

Por su parte, **Unilever** protegerá a todos sus trabajadores de rebajas salariales como resultado de la interrupción del mercado o la imposibilidad de desempeñar su función durante tres meses. Cubrirá, por tanto, a empleados, contratistas y otras personas que trabajan en la compañía, a tiempo completo o parcial. Esta medida se aplicará a los trabajadores que aún no están cubiertos por los planes del gobierno o por su empleador directo. Para **Alan Jope, consejero delegado de Unilever**, “son momentos difíciles para muchas personas, por lo que esperamos que nuestra donación de 100 millones de euros en concepto de jabón, desinfectante, blanqueador y alimentos contribuya significativamente a proteger la vida de los más afectados y que, al ayudar a salvaguardar los ingresos y el empleo de nuestros trabajadores y colaboradores, estemos dando un poco de tranquilidad durante estos días de inciertos”.

La misma postura ha adoptado la cadena de hipermercados **Carrefour**, que ha anunciado que abonará 200 euros netos a los profesionales de hipermercados y supermercados como reconocimiento a su esfuerzo y al alto grado de compromiso demostrado. La compañía suma esta medida económica a otras ya aplicadas como el aumento del descuento de empleado de 8 al 16% y que tienen como objeto el reconocimiento personal y económico de sus equipos en un momento en el que el comercio es considerado más que nunca un servicio esencial.

Finalmente, **Correos** ha decidido renovar automáticamente todos los contratos de duración

determinada, necesarios para puestos operativos de atención al cliente en oficinas, de distribución y de logística, que vencen a final de este mes de marzo y que ascienden a más de 7.700 en el conjunto del país. Se trata de una decisión que se enmarca en el convencimiento de que, en estas circunstancias adversas, la responsabilidad de Correos como empresa pública es la de proteger a las personas que están prestando sus servicios en la compañía.

Cadena de suministro

Conscientes del impacto que la crisis económica puede tener en los proveedores, las empresas se han puesto manos a la obra y muchas de ellas han apostado por la reducción del plazo de pago

Proveedores, clientes y colectivos vulnerables también son

receptores de las principales acciones solidarias

a proveedores como pymes y autónomos que podrán cobrar por los servicios prestados antes del tiempo establecido por contrato.

Así pues, **Telefónica** ha decidido adelantar a principios de abril los pagos de facturas aprobadas previstos para los meses de mayo y junio a más de 200 pequeñas y medianas empresas de España que son proveedores de la compañía de telecomunicaciones, cuyo importe total supera los 20 millones de euros. En una carta remitida a los proveedores afectados, Telefónica recuerda que está trabajando en diferentes iniciativas con el fin de contribuir a minimizar los posibles impactos que pueden conllevar la emergencia que está viviendo toda la sociedad por la COVID-19.



JAIME SILOS,
director de Desarrollo Corporativo
de Forética

“Ante esta crisis, ahora más que nunca, se hace tangible el valor y el compromiso de las empresas con la sostenibilidad”



Mango confecciona 13.000 batas para sanitarios.

“Estamos viendo cómo todas las esferas de la sociedad se están viendo afectadas por la crisis, convirtiéndose en un desafío social y económico para todos nosotros. Por este motivo, nos gustaría agradecerles, como parte de nuestra cadena



CLAUDIA GRANADEIRO TAGLIAVINI,
directora de Comunicación y Relaciones
Institucionales de Dow para España
y Portugal

“El futuro de la RSE
pasa por un diálogo
cada vez más
fluidido con nuestros
grupos de interés”

de suministro, su contribución para que Telefónica pueda continuar prestando sus diferentes servicios, tan esenciales en estos momentos”, señala.

Por su parte, **Unilever** ha anunciado que ofrecerá 500 millones de euros de liquidez para apoyar a todos los actores que forman parte de la cadena de valor de la compañía a través del pago anticipado a los proveedores, pequeños y medianos que, debido a la situación actual y la afectación a sus negocios, se encuentran en una situación más vulnerables, para que de esta forma tengan la liquidez financiera que necesitan. Asimismo, extenderá el crédito a clientes minoristas seleccionados a pequeña escala cuyo negocio depende de Unilever, para ayudarlos a administrar y proteger sus trabajos.

Para apoyar a los autónomos que son clientes de la compañía, **Línea Directa** ha lanzado una serie de medidas para facilitar a los más de 150.000 autónomos que tiene en cartera el pago de sus seguros. En concreto, se trata de un plan para flexibilizar el pago del seguro a este colectivo, adaptándose a sus necesidades particulares, ofreciéndoles acogerse al pago aplazado hasta tres meses o recurrir al pago fraccionado, ya sea en varios meses consecutivos o en distintas mensualidades.

Mutua Madrileña ha puesto en marcha una serie de medidas para apoyar a diversos colectivos afectados por la crisis generada por la COVID-19, como pueden ser sus propios mutualistas y sus proveedores más afectados por la inactividad. A todos ellos destinará ayudas por importe de 45



Calidad Pascual ha lanzado la campaña “Orgullosos de ti” para apoyar a sus empleados.

millones de euros que, sumados a los 4 millones aportados al fondo solidario del sector asegurador en apoyo del personal sanitario, y el millón de euros destinado por la Fundación Mutua Madrileña para ayudar a colectivos vulnerables y a la investigación médica contra la enfermedad, representan una aportación total de 50 millones de euros. Así, por un lado, Mutua Madrileña destinará hasta 25 millones de euros para ayudar a sus asegurados



NH Eurobuilding ha cedido su cocina a World Central Kitchen, la ONG del chef español José Andrés, para preparar comida para personas vulnerables.

de auto y moto más afectados por la crisis a pagar este año el importe de su seguro. Además, la aseguradora destinará durante los próximos dos meses casi 20 millones de euros para ayudar a más de 1.700 de sus principales pymes proveedoras, dotándolas de la liquidez necesaria para superar la crisis que ha generado la pandemia.

Asegurar a los sanitarios

La asociación empresarial de entidades aseguradoras de España, UNESPA, ha lanzado una iniciativa mediante la cual ha constituido un fondo de más de 37 millones de euros que permite suscribir un seguro colectivo para cubrir al personal sanitario que trabaja para el Sistema Nacional de Salud en la lucha contra la COVID-19. Más de 100 aseguradoras han participado en la creación de este seguro que da cobertura a los más de 700.000 sanitarios, entre médicos, enfermeros, auxiliares de enfermería, celadores y personal de ambulancias, que protegen la salud de toda la sociedad española. El seguro cubrirá a los profesionales sanitarios que trabajan tanto en el sector público como en el privado, así como en las residencias de mayores.

Se trata del mayor seguro colectivo de la historia de España y pone de manifiesto el compromiso y solidaridad de todo el sector asegurador con la sociedad y, de forma especial, con los profesionales más expuestos en la protección de la salud de todos en estos complicados momentos.

A esta pionera iniciativa se han sumado aseguradoras como Generali. El **consejero delegado de Generali España, Santiago Villa**, ha declarado: "Nos sentimos especialmente orgullosos de formar parte de esta gran iniciativa. La colaboración entre entidades, tanto públicas como privadas, es primordial para hacer frente a esta crisis." Villa ha añadido: "Nuestro compromiso con el colectivo de sanitarios que lucha contra COVID-19 es absoluto. Son nuestros verdaderos héroes y siempre estaremos en deuda con ellos."

Por su parte, **José Manuel Inchausti, CEO de MAPFRE Iberia** -empresa que ha aportado 5,7 millones de euros al fondo- ha asegurado que "con nuestro impulso y contribución a este fondo queremos proteger a los héroes de la lucha contra el virus, los profesionales sanitarios, que literalmente se están dejando la piel para salvarnos a todos. Ellos y sus familias se merecen todo nuestro apoyo". Para esta iniciativa, MAPFRE ha contado con el respaldo de sus socios de banca y seguros, Bankia, Bankinter y CCM (Liberbank).

Objetivo: paliar la crisis económica

El decreto del estado de alarma y su posterior endurecimiento durante dos semanas ha provocado el cierre temporal de muchas empresas consideradas servicios no esenciales. Ante lo que el Gobierno cualificó como "hibernación de la economía", las entidades financieras han decidió poner de forma



MARTA MARTÍN,
VP Corporate Responsibility & Internal
Communications de NH Hotel Group

"Hemos entendido qué significa realmente vivir en un mundo globalizado e intercomunicado y cuál es su impacto"

voluntaria nuevas medidas para aumentar la liquidez de las empresas y la protección de las familias, más allá de las medidas anunciadas por el gobierno. El **presidente de BBVA, Carlos Torres Vila**, que destacaba la importancia de "los esfuerzos coordinados de las autoridades, de los supervisores, de las empresas, de la sociedad en su conjunto", se refería también al rol de las entidades financieras como "parte importante de la solución". "Podemos y debemos hacer todo lo que está en nuestra mano, que es mucho, para ayudar a superar el problema, y sin duda lo superaremos", manifestaba.

Precisamente, **BBVA** ha suscrito la Línea ICO de 400 millones. De esta forma apoya al sector turístico, del transporte y la hostelería con problemas transitorios de liquidez. Las empresas y autónomos pueden solicitar un importe máximo de 500.000 euros, mediante préstamos con plazos de uno a cuatro años y uno de carencia, un tipo fijo máximo anual del 1,50% TAE y sin comisión de apertura. Además, esta línea cuenta con una garantía del ICO del 50% de la financiación. BBVA ha realizado cerca de 70.000 gestiones con sus clientes en 15 días y, superado el primer tramo de la línea ICO, considera que en breve será preciso uno nuevo que ayude a paliar los efectos negativos de la crisis actual en autónomos, pymes y empresas. Tras los dos primeros días de comercialización, BBVA considera que las pymes y los autónomos son los que tienen en este momento una mayor necesidad y urgencia de liquidez. Por este motivo, BBVA también ha activado un protocolo de ayuda para apoyar a pymes y autónomos basado en dos líneas: refuerzo de sus capacidades digitales y líneas de crédito inmediato de hasta 25.000 millones de euros. Finalmente, la

entidad financiera adelanta el pago de las prestaciones y pensiones a las personas en situación de desempleo y pensionistas.

Santander España también amplía, día a día, la lista de medidas para ayudar a reducir el impacto de la crisis sanitaria en la situación personal y financiera de sus clientes y, con ello, mitigar las consecuencias que las medidas de confinamiento necesarias para hacer frente a la emergencia sanitaria tendrán sobre la economía y el empleo. El banco ya está ofreciendo a los clientes que tengan problemas para hacer frente al pago de sus hipotecas opciones complementarias a la moratoria hipotecaria del Real Decreto y pone a su disposición diferentes alternativas, como carencia de amortización del principal del préstamo durante un plazo de 6 a 12 meses. El banco se adapta, así, a las necesidades particulares de un número mayor de clientes, que ven afectados sus ingresos y no pueden afrontar los pagos de sus cuotas hipotecarias. El banco ha otorgado, también, una moratoria de dos meses en el pago del alquiler a todos los inquilinos de viviendas que son propiedad de la entidad que lo soliciten y de tres mensualidades en el caso de casas incluidas en el Fondo Social y Alquiler Social. Las mensualidades aplazadas se dividirán en 12 cuotas y se incorporarán al alquiler mensual.

CaixaBank ha decidido ampliar hasta septiembre la moratoria hipotecaria para los afectados por la COVID-19, con el objetivo de contribuir a la mejora de la economía familiar de todos sus clientes en situación vulnerable. La operativa online de CaixaBank permite ya realizar la solicitud



JOSEBA ARANO,
director de Personas, Calidad y Gestión
Ética, Responsable y Excelente
de Calidad Pascual

"Esta situación nos esté enseñando que, como sociedad, somos más fuertes de los que creíamos y que la colaboración es fundamental"



Danone ha anunciado una prima extraordinaria de 500 euros brutos en la nómina de abril.

tanto a trabajadores como empresarios autónomos que hayan perdido su empleo o sufrido una caída en sus ventas de más del 40%. Además, la entidad financiera ha adelantado de forma automática el pago de la prestación por desempleo a todos sus clientes con derecho a dicha prestación.

En la misma línea, **Bankinter** con el fin de facilitar la liquidez a economías familiares en el actual entorno, Bankinter ha aprobado ir más allá de la moratoria hipotecaria establecida en el Real Decreto Ley del Ejecutivo del pasado 17 de marzo y permitirá una carencia de hasta cuatro meses en el pago del capital de la hipoteca a familias clientes que no puedan acogerse a los requisitos que plantea la citada norma, lo que permitirá reducir de forma notable la cuota mensual de su hipoteca ya que de dicha cuota se restará la parte correspondiente al capital.

Además de la adhesión del banco a las líneas de financiación ICO, entre las medidas impulsadas por Bankinter para empresas, pymes y autónomos, destaca el adelanto del pago a todos sus proveedores hasta un máximo de 15 días, lo que supone anticiparlo en cinco frente al plazo actual, que se sitúa, de media, en los 20 días, la aplicación de carencias en los préstamos para determinados clientes, así como Carencia y ampliaciones de plazo en los leasing o la posibilidad de que las empresas puedan destinar los préstamos preautorizados -previstos para el pago de impuestos y seguros sociales- a cualquier finalidad, entre otras.

Ayuda a los colectivos más vulnerables

Durante la emergencia sanitaria causada por la pandemia de COVID-19, Danone mantendrá y reforzará sus planes de ayuda social con la do-

nación de 1.000.000 de yogures y 180.000 litros de agua mineral al mes, así como productos de alimentación infantil (leche de continuación y pastillas de cereales) para bebés de más de seis meses. Una aportación que se vehiculará a través de entidades sociales de referencia y proyectos solidarios como Cruz Roja Española, la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL), la Asociación Española de Aguas Minerales (ANEA-BE), Cáritas o Food4Heroes.

Por su parte, Henkel ha puesto en marcha, tanto a nivel global como a nivel local, un programa de solidaridad a través del cual Henkel Ibérica ha donado más de 40.000 litros de lejía y 50.000 productos de higiene personal (geles de baño, champús y dentífricos) a Cruz Roja Española. Esta donación irá destinada al Plan Cruz Roja Responde frente a la COVID-19, un plan que permitirá que más de 1,3 millones de personas en España reciban atención y acompañamiento telefónico, 25.000 familias reciban bienes básicos, 16.000 personas sean apoyadas en materia de empleo y 3.000 personas sin hogar tengan un lugar para dormir. "Con esta iniciativa Henkel y Cruz Roja amplían su colaboración que se remonta a años atrás. El objetivo es poder ayudar juntos a colectivos desfavorecidos con productos de limpieza e higiene que son básicos para las familias", comenta **Griselda Serra, directora de Recursos Humanos de Henkel Ibérica.**

Por su parte, **Atresmedia** quiere visibilizar este proyecto de Cruz Roja Española y movilizar a la sociedad para conseguir una recaudación de once millones de euros. Para lograrlo el grupo de comunicación contribuye a la difusión de Cruz Roja Responde con acciones en todos sus canales de televisión, emisoras de radio, plataforma ATRESplayer, webs y perfiles de redes sociales con el objetivo de contribuir a alcanzar la cifra de



ANA SAINZ,
directora general Fundación SERES

“Lograr el progreso económico y social conjunto depende en gran medida de líderes responsables”



Nestlé ha entregado más de un millón y medio de productos a entidades y asociaciones del país.

recaudación estimada para contribuir a la mejora del bienestar de las personas más afectadas por la COVID-19 en las próximas semanas y meses.

PepsiCo ha decidido destinar, a través de su Fundación, un millón de dólares para atender las necesidades de los colectivos más vulnerables en España. La compañía destina 500.000 dólares a dos entidades: Cruz Roja y Educo, ya que ambas trabajan para atender a colectivos en riesgo de pobreza y exclusión social, que han visto agravada su situación en estos difíciles momentos. PepsiCo hace patente su compromiso de prestar todo su apoyo a las comunidades asegurando la atención, bienes básicos y distribución alimentaria a los que más lo necesitan. "Ahora más que nunca, queremos hacer sentir esta cercanía a la comunidad de la que nos sentimos parte apoyando a la población más vulnerable", ha afirmado **Narcís Roura, director general de PepsiCo Suroeste de Europa**.

Otro aspecto que destacar es que, con el cierre de todos los colegios y universidades, provocado por la crisis sanitaria, las clases presenciales han pasado a ser online. Un hecho que ha motivado que muchas empresas y entidades hayan optado por la donación de material informático con el objetivo de minimizar la brecha tecnológica en los colectivos más vulnerables. Es el caso del programa de educación digital **ProFuturo**, impulsado por **Fundación Telefónica y Fundación "la Caixa"**, que ha donado 5.600 tablets a familias en situación de vulnerabilidad con hijos en edad escolar, con el objetivo que los menores puedan seguir formándose y aprendiendo desde casa. Esta donación también ha llegado a hospitales y residencias de toda España para que los enfermos y ancianos ingresados en estos centros puedan comunicarse con sus familiares.

Las lecciones aprendidas

Se trata de un conjunto de medidas puestas en marcha en un tiempo récord por las administraciones, empresas y entidades sin ánimo de lucro que buscan beneficiar a miles de autónomos, pymes, micropyme y familias, es decir, a la sociedad en general que, a la vez, son sus clientes, sus usuarios y sus proveedores.

El **director de Comunicación y Sostenibilidad de Vodafone, Jaime de Andrés**, considera que "es cierto que esta crisis sanitaria ha frenado en seco las tendencias positivas y el comportamiento financiero de muchas empresas, y habrá que elaborar un plan que tenga en cuenta el impacto de la actual situación en el corto, medio y largo plazo, y que nos permita volver a retomar la senda del crecimiento otra vez lo antes posible. Esta crisis nos ha hecho poner el foco en la parte social de la sostenibilidad, y nos ha hecho comprender la importancia de adoptar prácticas responsables en todas y cada una de las unidades de negocio, esta es una importante lección a



Nestlé está trabajando con Cruz Roja y ANEABE en la entrega de agua mineral a hospitales.

aprender, pero debemos ser conscientes también de otras áreas de la sostenibilidad que no van a desaparecer, como el riesgo de cambio climático, que tendremos que afrontar también desde una perspectiva transversal en todas las actividades que realiza de la compañía".

Mientras que el **director de Personas, Calidad y Gestión Ética, Responsable y Excelente de Calidad Pascual, Joseba Arano**, opina que "probablemente, esta situación nos esté enseñando que, como sociedad, somos más fuertes de los que creíamos y que la colaboración es fundamental para afrontar cualquier escenario que se nos pueda plantear, ya que juntos, podemos superar cualquier cosa. Quizá ese sea uno de los principales aprendizajes que hoy por hoy podemos extraer en materia de responsabilidad corporativa y gestión responsable, aunque seguro que hay cientos más: la colaboración en todos los sentidos y entre todos los actores, sector público, privado y ciudadanía, es cada vez más relevante para avanzar en un contexto globalizado de forma responsable y sostenible".

Por su parte, Claudia Granadeiro Tagliavini, de Dow, comenta que "una de las lecciones que hemos aprendido de las crisis es que no hay mejores embajadores que nuestros propios empleados y que hay que predicar con el ejemplo empezando en casa. Paralelamente, es importante tener una mirada sensible a todo lo que pasa alrededor de nuestras fábricas y centros de trabajo y, por eso, nos hemos involucrado y cooperado en varios proyectos sociales y médicos en el país. El futuro de la RSE pasa por un diálogo cada vez más fluido con nuestros grupos de interés y por tomar decisiones rápidas dentro de los Comités de Dirección".

A lo que la **directora de Comunicación Institucional de ALDI, Sílvia Segarra**, añade: "Estas semanas nos han mostrado lo necesaria

La COVID-19 ha llevado a estrechar, aún más, las colaboraciones con el Tercer Sector



MÒNICA COSTA,
directora de comunicación
de Covestro España

"Es necesario dar un paso más y apostar por una recuperación verde"



Cruz Roja Responde es un plan integral para atender a personas en situación de vulnerabilidad.

que es la agilidad y flexibilidad de las empresas ante entornos complejos, cambiantes e inciertos. Pero sobre todo se ha hecho evidente la necesidad de actuar y de tomar consciencia del rol y compromiso social por parte de todos, incluidas las empresas. La situación actual nos ha demostrado que la única manera viable, sostenible y adecuada de actuar en este momento es hacerlo con responsabilidad y sensibilidad”.

Con todo ello, Marta Martín, de NH Hotel Group, considera que “hemos entendido qué significa realmente vivir en un mundo globalizado e intercomunicado y cuál es su impacto. Teníamos más o menos consciencia de las bondades de ello, pero ahora vemos también la incertidumbre



ELENA FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ,

directora de Relaciones Internacionales y Sostenibilidad de Correos

“Quizá deberíamos dejar de hablar de RSE, para hablar de Estrategias Corporativas Responsables”

y volatilidad que existe. Esto nos obliga a tener que ser mucho más flexibles ante escenarios adversos”.Y añade:“Lo que se espera de las compañías no es solo que se haga ahora lo correcto, sino que esto sea realmente un punto de inflexión sobre cómo debería ser un negocio responsable en adelante. Para mí el mayor aprendizaje de esto es que debemos trabajar para alcanzar un objetivo común, y eso implica la necesidad de crear alianzas sólidas en todos los niveles”.

En este sentido, Javier Perera, de Enagás, asegura que “solo con una visión a largo plazo y una gestión de los aspectos financieros y no financieros seremos capaces de anticiparnos, adaptarnos a los cambios y de afrontar los retos derivados de un mundo globalizado”. En esta línea, “estamos colaborando con las Administraciones Públicas en diferentes iniciativas para hacer frente a esta situación y otras eventuales situaciones que puedan surgir. El futuro de un negocio responsable pasa por tener un propósito que dé respuesta a las demandas de nuestros grupos de interés, una estrategia en la que la sostenibilidad esté integrada y, actuar de forma coherente con todo ello”.

Por su parte, Ana Sainz, directora general Fundación SERES, pone una nota positiva al futuro después de la pandemia: “Una emergencia sanitaria como la que estamos viviendo nos dejará seguramente un mundo diferente al que conocemos, que desnudará de lo accesorio (como hacen habitualmente las crisis) y que probablemente nos ofrecerá un entorno con nuevas oportunidades de innovar, mejorar y trabajar por impactar de una manera positiva en la sociedad. La incertidumbre reina, pero no me cabe la menor duda de que las empresas son los agentes mejor preparados para afrontar los cambios, asumir el liderazgo y aportar soluciones a los retos sociales, que no son ni serán pocos”.



JAIME DE ANDRÉS,

director de Comunicación y Sostenibilidad de Vodafone

“Esta crisis nos ha hecho poner el foco en la parte social de la sostenibilidad”

La Agenda 2030, más necesaria que nunca

La pandemia de coronavirus y sus implicaciones a nivel sanitario, social y económico ponen de relieve la importancia de la responsabilidad y la sostenibilidad. Recientemente, la **Red Española del Pacto Mundial** ha traducido al castellano el “Informe sobre liderazgo empresarial para lograr un planeta sano con personas sanas”, publicado por UN Global Compact a finales del 2019, que demuestra la absoluta vinculación entre el clima, la salud y la economía, todo ello en la lógica de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Según **Lise Kingo, directora ejecutiva de UN Global Compact**, es importante conocer y gestionar la “relación entre el cambio climático, la degradación de nuestros sistemas naturales y la salud humana”. De este modo, a lo largo de sus páginas se pone en valor cómo la actividad humana afecta al clima y a la naturaleza, lo que a su vez influye en la salud y el bienestar humano y, por consiguiente, a la productividad y al desarrollo socioeconómico. Ante este informe la **Red Española del Pacto Mundial** asegura que “la emergencia sanitaria derivada de la COVID-19 que atravesamos actualmente no puede hacer olvidar el sentido holístico que tiene la salud y el importante papel que juega el sector privado en ésta. Se trata de reconocer los daños que las empresas pueden causar a las personas y al planeta y, a su vez, poner en marcha las medidas necesarias para reducirlos. En este sentido, es capital la búsqueda e implementación de modelos de negocio innovadores para que las generaciones futuras puedan vivir en un mundo mejor”.

En la misma línea, Jaime Silos, opina que “ante esta crisis, ahora más que nunca, se hace tangible el valor y el compromiso de las empresas con la sostenibilidad. La solución a esta crisis pasa por



BBVA ha importado de China más de un millar de respiradores.

ser responsabilidad de todos: gobiernos, empresas, trabajadores y del conjunto de la sociedad. En nuestras manos tenemos la oportunidad de tratar de minimizar su impacto, principalmente en la salud y bienestar de los ciudadanos”.

Y, a la hora de hablar de futuro, Sílvia Segarra, de ALDI opina que “una vez superada esta crisis, los consumidores seguiremos exigiendo a todas las empresas que sean responsables. Ponto volveremos a la normalidad, pero lo haremos con una necesidad de cambio y de reorientación. Y las empresas tendrán la responsabilidad de seguir manteniendo su contribución a la sociedad y al entorno -que seguro habrán



ELENA GALANTE,
experta y asesora en Responsabilidad
Social Corporativa

“La situación actual
está siendo un excelente
ejemplo de cómo las
empresas pueden
contribuir a la sociedad
desde su negocio”

cambiado- con acciones vinculadas al propósito de la compañía”.

Por su parte, **Laia Mas, Public Affairs & Sustainability director de Danone**, opina que el futuro de la RSE pasa por ampliar el foco de acción para llegar al mayor número posible de colectivos, y por una colaboración más estrecha entre todos los agentes implicados, para asegurar que la ayuda llega allí donde más se necesita. La emergencia sanitaria actual ha paralizado la economía y, aunque esto es algo que afecta a la sociedad en su conjunto, tiene una incidencia especial en determinados hogares o familias que ya se encontraban en una situación de vulnerabilidad”. Y todo ello sin olvidar el medio ambiente: “Otro elemento que clave es la protección de nuestros ecosistemas y del medio ambiente. No podemos plantearnos volver a la normalidad previa a esta crisis. Sería un error: Nuestra visión como compañía es que la salud del planeta y la de las personas están interrelacionadas, y que la una no puede darse sin la otra”.

En este sentido, la **directora de comunicación de Covestro España, Mònica Costa**, opina que “la salida a la actual crisis pasa ineludiblemente por configurar un modelo económico en el que los principales retos medioambientales, como es el cambio climático y la protección de la biodiversidad, sean pilares fundamentales. En la actualidad, existen planes en esta línea, pero es necesario dar un paso más y apostar por una recuperación verde, es decir, estrategias de inversión basadas en objetivos de sostenibilidad que contribuyan a una rápida recuperación económica y social y, en consecuencia, a mejorar la calidad de vida de nuestra sociedad”.

Mientras que en opinión de Dulcinea Mejjide, de SUEZ España, “estamos cada día aprendiendo nuevas lecciones ante la pandemia. Es la primera

vez que nos encontramos ante una emergencia mundial que ha removido los cimientos de la sociedad, cambiando todas nuestras vidas y prioridades. Y somos conscientes de que va a haber un antes y un después de la pandemia. El criterio científico recobra su valor y, aunque todavía hay mucho debate, se está comprobando que la alteración del equilibrio de la naturaleza por la pérdida de biodiversidad, el tráfico de especies, la intensificación agrícola y ganadera, y los efectos del cambio climático aumentan notablemente el riesgo de aparición de enfermedades infecciosas transmisibles al ser humano. Y por ello, la movilización contra la epidemia puede ser un ejemplo de cómo actuar ante una emergencia planetaria. Tenemos que aprovechar la unión, las alianzas, la capacidad de adaptación y resiliencia y la innovación y la imaginación que hemos demostrado estos días para abordar nuevas crisis, ya sean económicas, sociales o climáticas, incorporando siempre criterios de desarrollo sostenible en nuestras decisiones”.

A lo que Elena Fernandez Rodríguez, de Correos, añade: “La pandemia ha puesto de manifiesto la vulnerabilidad y agotamiento del sistema actual, pero también nos ha mostrado qué cambios podemos hacer para prepararnos o prevenir situaciones como la actual tanto a nivel personal como corporativo. Quizá deberíamos dejar de hablar de RSE, para hablar de Estrategias Corporativas Responsables, y consolidar la tendencia de fusionar las áreas de Estrategia y RSE, así como incluir nuevos parámetros en la gestión de riesgos”.

Y según Yolanda Erburu, directora ejecutiva de Comunicación, RSC y Fundación Sanitas, “la mayor parte de analistas coinciden estos días en que la crisis que estamos atravesando será un punto de inflexión en muchos aspectos. Se producirán cambios en la manera en que nos relacionamos, vivimos, producimos, etc. Sin duda estos cambios afectarán también al mundo de la empresa y, muy particularmente, a la relación que las organizaciones tienen con las sociedades en las que operan. Porque para salir de la crisis sanitaria y socioeconómica que nos dejará la pandemia será necesaria una respuesta conjunta, afianzando las fórmulas de colaboración público-privada o entre empresas, donde todos los agentes tengan un rol activo. El objetivo del ODS 17 será más vigente que nunca”.

Finalmente, Elena Valderrábano, de Telefónica, augura que “recuperarse de esta pandemia va a ser difícil para muchas empresas, pero para esa recuperación va a ser esencial preocuparnos por un nuevo enfoque respecto a cómo afectarán y cómo se verán afectados los derechos humanos por su actividad en este nuevo orden global. Ahora, el prioritario para todos es el derecho a la salud, pero ya hay otros muchos que cuidar: privacidad, trabajo digno, medioambiente saludable, seguridad y bienestar, igualdad para ayudar a los más débiles y no dejar a nadie atrás” ■