

#SERESResponsables, impacto social

Informe del impacto social
de las empresas frente a la COVID-19

Julio 2020



**MAKING AN
IMPACT THAT
MATTERS**
since 1845

Contenido

Introducción	3
Contextualización	4
Principales resultados del impacto social de la RSE contra la COVID-19	5
Impacto social de la RSE española contra la COVID-19	7
Lecciones aprendidas	20
Metodología	21
Nota metodológica	22
Anexo I: Detalle de las iniciativas por entidad socia de SERES	24

Introducción



Francisco Román
Presidente de Fundación SERES

Las crisis además de mostrar una imagen esencial, sin elementos accesorios, ofrecen nuevas oportunidades: de estar a la altura, innovar, mejorar o aprender. Pero también oportunidades de futuro para las personas. La idea de un confinamiento global, una emergencia sanitaria internacional a partir de un virus desconocido era difícil de anticipar. La crisis provocada por la COVID-19 pone encima de la mesa dos retos fundamentales para la sociedad y la empresa. En primer lugar, retomar la actividad económica y hacerlo sin dejar a nadie atrás. Y por otro lado distinguir el nuevo líder que ha emergido tras la pandemia. Un líder con propósito, capaz de combinar la necesidad de resultados inmediatos con una visión a largo plazo guiada por el propósito.

En SERES que es un movimiento de empresas, transformador nos obsesiona identificar las claves de la reconstrucción y poner el acento en el futuro, en lo que debemos hacer. Un nuevo mañana, más exigente y con más velocidad que nos obligará a actuar según un propósito, comprometernos y hacerlo teniendo en cuenta los retos sociales que aparecerán. Estamos convencidos y la experiencia también nos dice que las empresas pueden contribuir de manera significativa al desarrollo económico, social o medioambiental, ya sea a través de sus operaciones o de la creación de cadenas de valor. El papel de la empresa en la mejora de la sociedad es evidente, necesario y actual. Si el 80% del valor de las empresas se explica a través de intangibles, son precisamente las organizaciones mejor preparadas para adaptarse a este cambio, generar soluciones eficientes, eficaces y escalables al tiempo que sostenibles. Este informe, en el que hemos tenido el privilegio de participar junto con Deloitte, nos permite medir ese impacto. Porque en un contexto de reconstrucción post COVID vemos que el mundo se complejiza, se generan nuevos colectivos vulnerables y por eso también evolucionan nuestras metodologías y proyectos. Ponemos nuestros esfuerzos en herramientas que nos permitan medir el impacto y convertirlo en un eje estratégico de las compañías.



Fernando Ruiz
Presidente de Deloitte

La respuesta a la crisis sanitaria, económica y social, provocada por la COVID-19 ha vuelto a poner de manifiesto la enorme relevancia que las empresas tienen en la sociedad y el papel fundamental que desempeñan las organizaciones a la hora de dar respuestas rápidas a las situaciones más críticas, globales e inesperadas. Esta tendencia llega para quedarse.

Durante los meses más duros de la pandemia, fueron muchas las compañías que demostraron un comportamiento ejemplar impulsando la RSE en diferentes ámbitos y poniendo a disposición de la comunidad sus recursos. El despliegue de iniciativas para dar respuesta a todo tipo de necesidades productivas, sanitarias, económicas, materiales y sociales permitió paliar los efectos inmediatos de una situación que ha afectado a millones de personas en todo el mundo.

Este informe del **Impacto social de las empresas frente a la COVID-19**, en el que hemos tenido el orgullo de participar junto con la Fundación SERES, recoge importantes indicadores de contribución social durante los primeros meses de la pandemia. Es una forma clara de evidenciar la generosidad y la responsabilidad en los momentos más críticos. Ahora es el momento de avanzar y consolidar la recuperación, de continuar dando pasos firmes y seguros que permitan a la sociedad recuperar la confianza a medio y largo plazo. Y de nuevo las empresas tenemos un papel fundamental para regenerar esa confianza e impulsar el desarrollo de una sociedad más justa.

Contextualización

Las empresas españolas han respondido a la emergencia de la COVID-19 con rapidez y determinación, abordando retos sociales que se han presentado más urgentes y complejos que nunca. Así, la empresa ha tenido, y tiene, un rol fundamental en la mejora y reconstrucción social que está en marcha.

Este gran reinicio, que ya plantea el Foro Económico Mundial, es una gran oportunidad para construir un mundo más sostenible, equitativo y capaz de poner el foco en las personas. De este modo, se podrían estar asentando los cimientos de un nuevo orden económico y social que contará con una aceleración digital como otro de los elementos clave de contexto de esta pandemia.

Ante esta realidad, Fundación SERES ha desplegado la iniciativa #SERESResponsables, un ejercicio de escucha activa que recoge la aportación de las empresas españolas para abordar los retos sociales y minimizar las brechas que se han abierto tras la emergencia sanitaria y su posterior crisis. Así, este proyecto, iniciado en marzo de 2020, es un espacio web que recoge las iniciativas de empresas, entidades sociales y otras instituciones para hacer frente a la COVID-19.

Con todo ello, este proyecto, además de ser un altavoz de las actuaciones realizadas, ha querido evaluar el impacto de lo que se ha hecho, y para ello, Fundación SERES junto a Deloitte ha realizado este informe: #SERESResponsables, impacto social. Informe del impacto social de las empresas frente a la COVID-19.

Para este informe, se han identificado un total de 617 iniciativas, recogidas en #SERESResponsables, y de las cuales han sido objeto de este estudio 375 iniciativas. En este sentido, para el ejercicio de cribado de iniciativas, se han seguido los siguientes criterios:

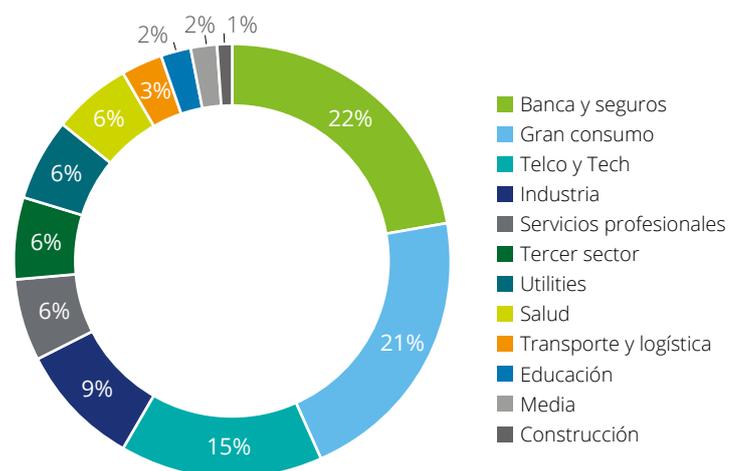
- Iniciativas de RSE desplegadas específicamente para dar respuesta a las consecuencias de la COVID-19 desde que se dio comienzo el estado de alarma. De este modo, destacan las iniciativas lanzadas los tres primeros meses de la crisis sanitaria, muchas de las cuales siguen vigentes y teniendo relevancia en la actualidad.
- Iniciativas con alcance estatal, autonómico o comarcal. Los datos cuantitativos de ese informe están centrados

en España, aunque en #SERESResponsables recogemos también inspiración internacional.

- Iniciativas relativas a la contribución del sector privado, y organizaciones sociales, aunque entre las mejores prácticas identificadas también se encuentran iniciativas de colaboración con el sector público, o tercer sector.
- Iniciativas con foco en la RSE de las organizaciones y con impacto en la sociedad.

Finalmente, el total de iniciativas analizadas han sido desplegadas por un total de **158 organizaciones**, entre las que se encuentran tanto empresas privadas como entidades pertenecientes al tercer sector, con una distribución de un 94% y un 6%, respectivamente.

Iniciativas de RSE analizadas según el sector al que pertenece la empresa que la ha ejecutado



El objeto de estudio de este informe es conocer el impacto social alcanzado por la labor de la RSE desplegado por las empresas españolas en respuesta a la crisis sanitaria de la COVID-19.

Principales resultados del impacto social de la RSE contra la COVID-19



Ámbitos de impacto de la RSE

- Una de las principales cuestiones que se han observado ante este despliegue de la RSE española ha sido la **amplia diversidad de actuaciones puestas en marcha**, con una media de 3 actuaciones desplegadas por cada organización.
- El **68% de las iniciativas de RSE contra la crisis de la COVID-19** desplegadas por las empresas españolas han tenido foco en el bienestar social, centrándose en cuestiones como la salud o la educación.
- La mayor parte de los esfuerzos en RSE de las empresas se han orientado a **la compra de material sanitario destinado a centros de salud**. En este sentido, del total de iniciativas, un 37%, es decir, 137 iniciativas, han dirigido su contribución hacia este ámbito, lo que supone el 35% de las empresas analizadas.
- Entre las **iniciativas orientadas al impulso económico** de otras organizaciones han destacado las **mejoras de las condiciones de los servicios prestados a los grupos de interés de las empresas**, como sus clientes o sus proveedores. Así, un **8% de las actuaciones analizadas** han presentado este enfoque, y se han dado en el **12% de las empresas analizadas**.





Colectivo beneficiado

Los principales colectivos beneficiarios a los que se han dirigido las iniciativas de RSE desplegadas han sido los **agentes sanitarios, la sociedad general y las personas en riesgo de exclusión social**. De este modo, estos colectivos han sido los beneficiarios de un total **231 iniciativas** y han recibido el apoyo del **73%** de las organizaciones analizadas.



Alcance temporal y geográfico del impacto

El **52%** de las iniciativas de RSE analizadas han dado comienzo a lo largo del mes de abril, reflejando la **rápida respuesta** de las empresas ante esta crisis sanitaria.



Colaboración entre agentes

El **espíritu colaborativo** ha estado presente en el despliegue de las iniciativas de RSE contra la COVID-19, en este sentido, **80 iniciativas** del total de actuaciones analizadas han contado con colaboración entre organizaciones y **25** con voluntariado corporativo.



Objetivos de Desarrollo Sostenible

En línea con las directrices de la Organización de las Naciones Unidas, las empresas españolas han alineado su labor de RSE con **8** de los **17** Objetivos de Desarrollo Sostenible.

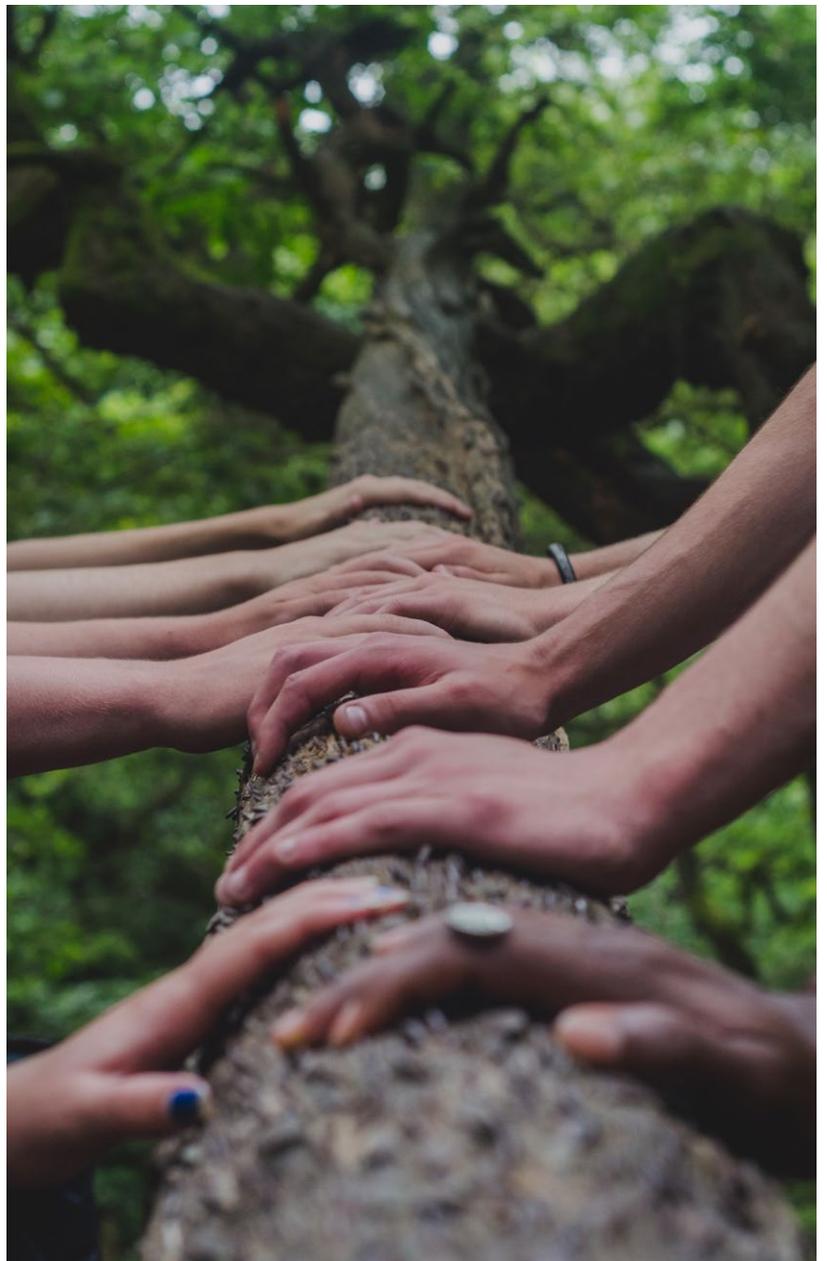


Impacto social de la RSE española contra la COVID-19

Las empresas españolas han desplegado una amplia variedad de iniciativas de responsabilidad social empresarial (RSE) enfocadas a minimizar el impacto que la crisis sanitaria de la COVID-19 ha supuesto para la sociedad española. De este modo, las compañías han puesto a disposición sus recursos, de muy variada naturaleza, para aportar ante esta situación tan excepcional.

En este sentido, **una de las principales cuestiones que se han observado ante este despliegue de la RSE ha sido la amplia diversidad de actuaciones puestas en marcha.** Desde donaciones materiales o económicas, hasta prestación de servicios gratuitos, pasando por la generación de una gran cantidad de contenido digital o por el acompañamiento y asistencia a los colectivos más vulnerables, cada empresa ha adaptado su respuesta a la crisis sanitaria según la naturaleza de su organización.

Una de las principales cuestiones que se han observado ante este despliegue de RSE ha sido la amplia diversidad de actuaciones puestas en marcha.



a) Ámbitos de impacto de las iniciativas

El impacto y contribución de la labor de la RSE de estas empresas españolas a raíz de la COVID-19 se ha materializado en seis ámbitos claramente diferenciados: bienestar social, económico, conocimiento, relacional, reconocimiento y organizacional¹.

¹ Una actuación de RSE puede tener más de un ámbito de impacto, ya que puede contribuir a varios fines al mismo tiempo.

El 68% de las iniciativas de RSE contra la crisis de la COVID-19 desplegadas por las empresas españolas han tenido foco en el bienestar social, centrándose en cuestiones como la salud o la educación.

Bienestar Social Impacto de la RSE desarrollado por las empresas españolas en el apoyo e impulso de cuestiones sociales básicas que se han visto afectadas como consecuencia de la COVID-19, como por ejemplo la salud, la educación o el ocio, entre otras cuestiones.

Económico Se refiere a la generación de valor económico para los distintos grupos de interés de las empresas (clientes, proveedores, etc.) a través de su dinamización económica como respuesta al impacto que han sufrido sus organizaciones por el virus COVID-19.

Conocimiento Considera la contribución de las empresas en la generación y difusión de conocimiento relativo a la COVID-19 (consejos saludables para afrontar la crisis sanitaria, investigación científica contra el virus, etc.).

Relacional Hace referencia a las alianzas y redes de colaboración solidarias o de RSE que se han generado o potenciado, así como el empleo de la capacidad de influencia de las organizaciones para la captación y redistribución de recursos que se han vuelto imprescindibles a lo largo de esta crisis sanitaria.

Reconocimiento Recoge las iniciativas enfocadas a la visibilización y reconocimiento del fenómeno solidario que ha emergido como consecuencia de la crisis de la COVID-19 entre los diferentes *stakeholders* de la sociedad.

Organizacional Se refiere a la contribución de la RSE a través de la reconversión de la actividad económica de las empresas y de la puesta a disposición de sus recursos para la generación y suministro de materiales de primera necesidad en esta crisis sanitaria.

En este sentido, el **68% de las iniciativas de RSE analizadas**, lo que supone un total de 256 actuaciones, **han impactado en el bienestar social**, es decir, se han enfocado en cuestiones como la salud o la educación, entre otros. Por otro lado, **también han cobrado relevancia otras 54 iniciativas de RSE enfocadas a impulsar la economía (14%)**, a través del apoyo a los *stakeholders* de las compañías, como sus proveedores o empresas cliente mediante la mejora de las condiciones de los servicios prestados.

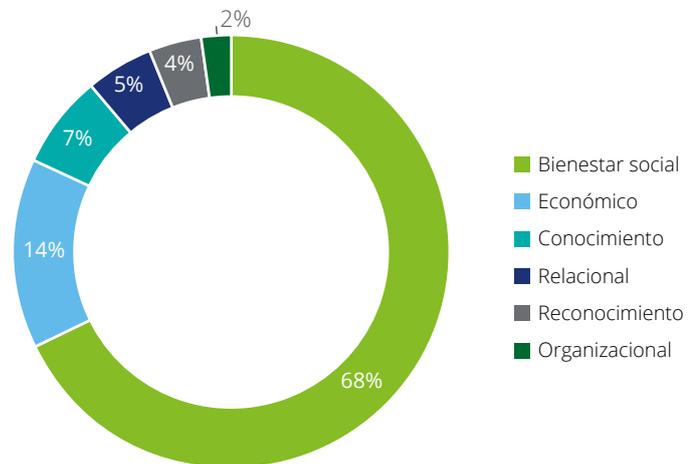
Adicionalmente, aunque en menor medida, las organizaciones también han desplegado iniciativas de RSE contra la COVID-19 orientadas a la **generación y difusión de conocimiento relativo al virus y su impacto (7%)**, **desarrollo de alianzas y redes de colaboración haciendo uso de su capacidad de influencia (5%)**, **visibilización del fenómeno solidario (4%)** y **reconversión de la actividad económica de las empresas** para dar respuesta a las necesidades surgidas en esta crisis sanitaria (2%).

Impacto en bienestar social

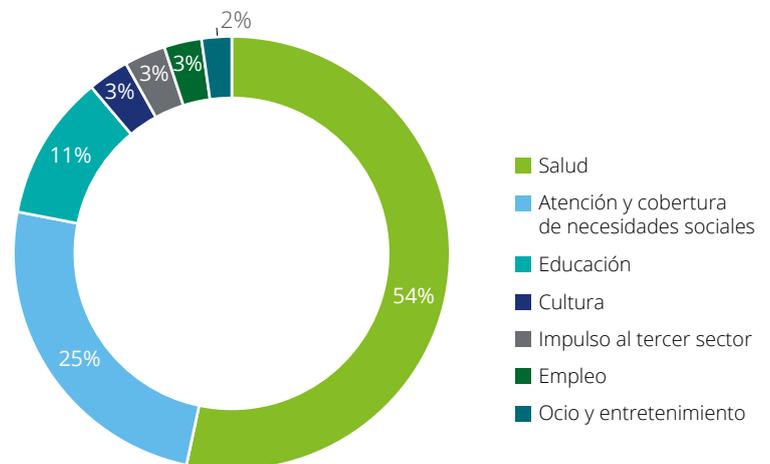
En lo que respecta a las actuaciones de RSE desplegadas en respuesta a la COVID-19 y con foco en el bienestar social, estas han orientado su impacto en los siguientes ámbitos: **salud, atención y cobertura de las necesidades sociales, educación, cultura, impulso al tercer sector, empleo, ocio y entretenimiento**.

En este sentido, han destacado significativamente las **actuaciones desplegadas para apoyar y dar respuesta a necesidades relacionadas con la salud**, suponiendo un 54% de las actuaciones, esto es, 137 iniciativas. Y, seguidamente, también han destacado **las actuaciones con foco en la atención y la cobertura de las necesidades sociales**, que aúnan un total de 63 iniciativas, lo que supone un 25%. En tercer lugar, un 11% de las actuaciones sociales se han orientado al **soporte de la actividad educativa**, que también se ha visto impactada por la crisis sanitaria.

Iniciativas de RSE desplegadas como respuesta a la COVID-19, según ámbito de impacto



Ámbito de contribución de las iniciativas de RSE desplegadas como respuesta a la COVID-19 con impacto en bienestar social



Los principales ámbitos de contribución de la RSE como respuesta a la crisis sanitaria, a nivel de impacto en el bienestar social, han sido la salud, la atención y la cobertura de las necesidades sociales y la educación, aunando el 78% de las actuaciones analizadas.

Salud

Dentro del ámbito del bienestar social, las empresas se han volcado particularmente en el despliegue de actuaciones de RSE con foco en el **ámbito de la salud, a través del apoyo a centros sanitarios y asistenciales**. Así, entre las labores que han llevado a cabo, en primer lugar, **destaca la donación o la compra de material sanitario** para estos centros de salud, y, posteriormente, la **compra o donación de otro tipo de recursos básicos**, como, por ejemplo, mobiliario, ropa de cama o prendas de vestir.

Adicionalmente, las empresas españolas también han contribuido al ámbito sanitario a través de la **generación y publicación de recursos, herramientas y consejos saludables** para afrontar la crisis sanitaria desde el punto de vista de la salud. Y, por último, también se han prestado **servicios gratuitos de transporte, tanto de material como de personal sanitario**, o se han cedido **infraestructuras de manera temporal para poder crear puntos sanitarios y asistenciales**.

Para la puesta en marcha de estas actuaciones relativas al ámbito de la salud, las empresas españolas han cedido una amplia variedad de recursos. Primeramente, destacan las **donaciones de su propio material sanitario a centros de salud o de recursos económicos para la compra de dicho material**. Por otro lado, las compañías también han cedido otro tipo de recursos materiales como **recursos tecnológicos, productos de alimentación o recursos monetarios destinados a la compra de estos recursos**.

Atención y cobertura de las necesidades sociales

Continuando con el **segundo tipo de iniciativa de RSE más desplegada entre las empresas**, han destacado aquellas orientadas a la **atención y cobertura de necesidades sociales**, ya que aúnan un 25% de las iniciativas con impacto en bienestar social. En este sentido, se diferencian dos tipologías de iniciativas dentro de esta categoría, por un lado, aquellas destinadas a la **aportación de recursos para la cobertura de necesidades sociales (15%)**, y, por otro lado, **aquellas orientadas al apoyo y acompañamiento de diferentes colectivos vulnerables (9%)**.

Para la contribución a la cobertura de necesidades sociales ha destacado la **aportación de alimentos y otros productos de primera necesidad**, así como las **donaciones monetarias para la compra de estos recursos**. Adicionalmente, también cabe ser

Clasificación de actuaciones de RSE relativas a la salud, desplegadas como respuesta a la crisis sanitaria



La mayor parte de los esfuerzos en RSE de las empresas se han orientado a la compra de material sanitario destinado a centros de salud. En este sentido, del total de iniciativas, un 37%, es decir, 137 iniciativas, han orientado su contribución hacia este ámbito, lo que supone el 35% de las empresas analizadas.

Clasificación de actuaciones de RSE relativas a la atención y cobertura de necesidades sociales, desplegadas como respuesta a la crisis sanitaria



mencionado el amplio despliegue de iniciativas de acompañamiento para las que las organizaciones **han prestado de manera gratuita servicios telemáticos de atención médica y psicológica o el desarrollo de plataformas de acompañamiento, ya sea de manera virtual o vía carta**, a través de las que se busca ofrecer compañía y conectar a aquellos colectivos más vulnerables, como, por ejemplo, las personas mayores que viven en soledad.

Educación

La educación también ha sido una de las preocupaciones de las empresas a la hora de diseñar y enfocar su actividad de RSE. Un 11% de sus actuaciones relativas al bienestar social se han orientado a **generar contenido educativo, desplegar o ceder acceso gratuito a plataformas de digitales de educación *online*** y a **facilitar recursos tecnológicos para asegurar la conexión diaria de los estudiantes** que se encuentran en riesgo de exclusión.

Cultura, impulso al tercer sector, empleo, ocio y entretenimiento

Por último, las empresas también han contribuido a otros ámbitos como facilitar el **acceso a contenidos culturales**, impulsar la actividad de las **organizaciones del tercer sector**, generar **oportunidades de integración laboral** a través del acceso a formación o proporcionar plataformas y otros **recursos de ocio y entretenimiento**.

A este respecto, además de los recursos económicos cedidos por las empresas para contribuir a estos fines, las organizaciones también han cedido otros recursos como accesos **gratuitos a plataformas de cultura, ocio y entretenimiento** que amenicen las prolongadas estancias en los hogares, **servicios de asesoramiento y formación gratuita a entidades solidarias** o **programas formativos gratuitos o con condiciones económicas mejoradas para contribuir a la integración laboral** de las personas recientemente desempleadas.

Clasificación de actuaciones de RSE relativas a la educación, desplegadas como respuesta a la crisis sanitaria



Clasificación de otras actuaciones sociales de RSE, desplegadas como respuesta a la crisis sanitaria



Otras de las actuaciones desplegadas por las organizaciones españolas como respuesta a la crisis sanitaria de la COVID-19 se han orientado hacia facilitar el acceso a contenidos culturales, de ocio y entretenimiento, impulsar la actividad de las organizaciones del tercer sector o generar oportunidades de integración laboral a través del acceso a formación.



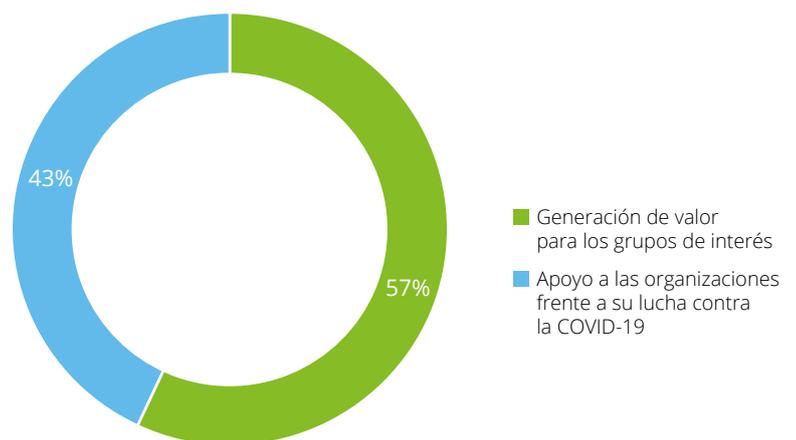
Impacto económico

El 14% de las actuaciones de RSE que han desarrollado las compañías españolas frente a la COVID-19 han perseguido **generar valor económico entre sus grupos de interés a través de su dinamización económica**, como respuesta al impacto que han sufrido por la crisis sanitaria. En este sentido, las empresas españolas han puesto en marcha una amplia variedad de iniciativas que han **mitigado los gastos en los que han incurrido otras organizaciones**, lo que ha supuesto un ahorro económico y una aportación de valor significativa para el desarrollo de su actividad.

Dentro de estas 54 actuaciones de RSE, se han identificado dos tipos de iniciativas muy extendidas entre las empresas. Por un lado, aquellas orientadas a **generar un valor añadido para sus grupos de interés a través de la mejora de las condiciones de los servicios prestados (57%)**. Esto es, **aplazamiento del pago de las facturas** de los clientes y proveedores, aplicación de **mejoras en las condiciones económicas** de los servicios a través de descuentos o acceso a **mejoras técnicas**, entre otras iniciativas.

Por otro lado, las organizaciones también han optado por **apoyar a otras organizaciones contra la COVID-19 aportando sus recursos y capacidades y poniéndolos a su disposición (43%)**, como, por ejemplo, sus **plataformas y programas formativos, material sanitario** como geles hidroalcohólicos, guantes o mascarillas, **contenidos digitales** con información de interés relativa a los efectos del virus, u otros **servicios y productos puestos a disposición de manera gratuita**, como servicios de acompañamiento y asesoramiento, software de comunicación, alimentación y bebida, etc.

Ámbito de contribución de las iniciativas con impacto económico, como respuesta la crisis sanitaria



El 57% de las iniciativas con impacto económico en otras organizaciones se han orientado a la mejora de las condiciones de los servicios prestados a los grupos de interés de las empresas, como sus clientes o sus proveedores.

Impacto en conocimiento

En tercer lugar, el 7% de las iniciativas de RSE desplegadas por las empresas se han orientado a la generación y difusión de conocimiento relativo al virus COVID-19, así como a otras cuestiones ligadas al mismo. En este sentido, un **52% de estas iniciativas se han orientado a la difusión de conocimiento, mientras que el 48% restante a la generación de nuevo conocimiento.**

Un gran número de empresas han movilizado sus recursos y actividades de RSE para difundir conocimiento relacionados con la COVID-19 entre diferentes agentes de la sociedad, y para ello **han empleado sus páginas web, redes sociales y recursos de comunicación para la generación y publicación de una amplia variedad de contenidos.**

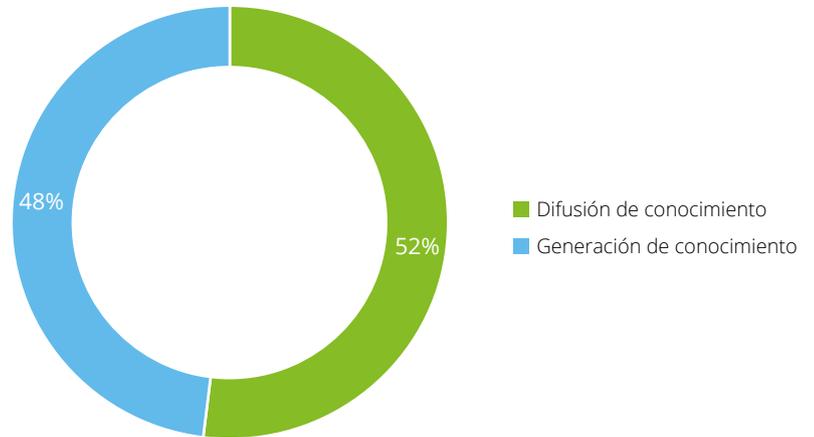
Por otro lado, también ha sido habitual la contribución de las empresas a la generación de nuevo conocimiento relativo al virus a través del **impulso de la investigación médica y científica.** En este sentido, las empresas han contribuido al trabajo de investigación contra la COVID-19, en cuestiones como el entendimiento de la transmisión y evolución del virus, el impacto de las medidas de limitación de movilidad o la creación de una red de investigación de la pandemia, prestando diferentes recursos como sus propias **instalaciones de I+D+i**, la puesta en común de sus **conocimientos científicos** desarrollados en la materia, o a través de la **donación de recursos económicos destinados a este fin.**

Impacto relacional

Otro de los ámbitos de impacto en los que ha colaborado la RSE ha sido en el ámbito relacional, esto es, las organizaciones **han empleado su capacidad de influencia para llegar a un amplio número de agentes y captar recursos que posteriormente han cedido a otros colectivos.** Adicionalmente, también han **construido e impulsado alianzas y redes de colaboración solidarias entre diferentes colectivos.**

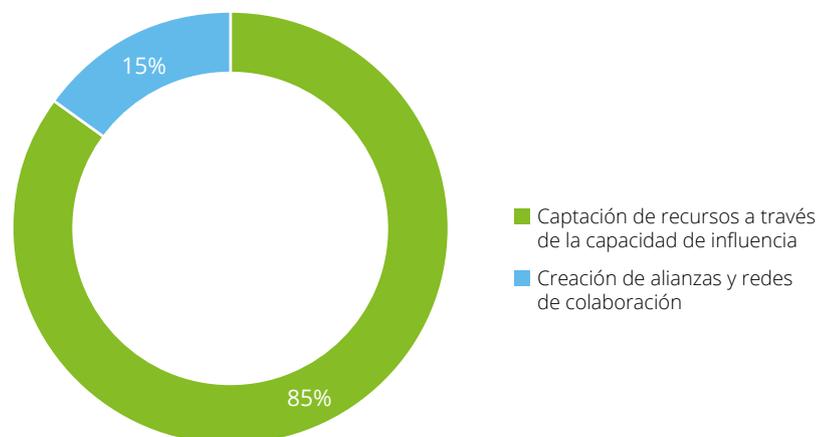
La iniciativa con impacto relacional más extendida entre las organizaciones ha sido la captación de recursos a través de la capacidad de influencia, con un 85% de iniciativas con impacto relacional. En este sentido, se han desplegado **campañas de comunicación y crowdfunding**, tanto a nivel interno

Ámbito de contribución de las iniciativas con impacto en conocimiento, como respuesta a la crisis sanitaria



Las empresas españolas también han contribuido a la generación de nuevo conocimiento relativo al virus a través del impulso de la investigación médica y científica.

Ámbito de contribución de las iniciativas con impacto relacional, como respuesta a la crisis sanitaria



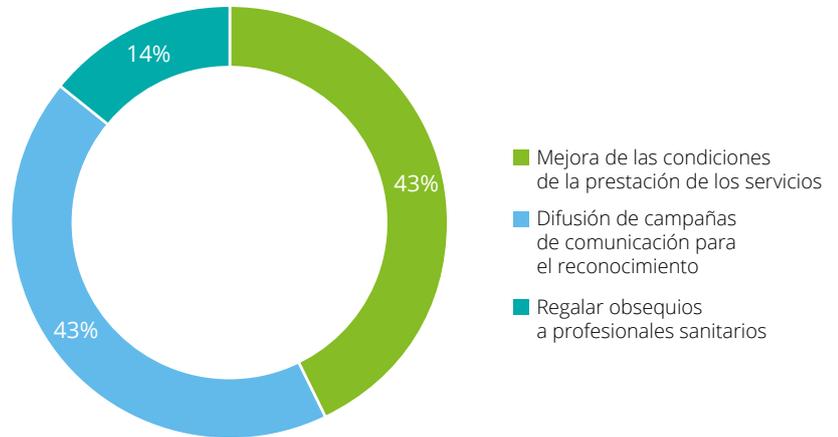
en la organización, como externo. De este modo, y haciendo uso de su capacidad de influencia, han logrado captar diferentes recursos, entre los que han destacado los económicos, y posteriormente se han donado a diferentes colectivos o iniciativas de terceros para apoyar contra el virus. En esta misma línea, también han destacado las **campañas de donación de alimentos**.

Por otro lado, con un 15% de las iniciativas con impacto relacional, las empresas también han creado alianzas y redes de colaboración solidaria. Así, algunas organizaciones han generado **plataformas digitales para conectar colectivos con intereses comunes**, como, por ejemplo, plataformas para conectar empresas y empleados que han tenido que afrontar despidos o suspensiones de actividad con otras organizaciones que tienen necesidades urgentes de contratación.

Impacto en reconocimiento

Aunque en menor medida que el resto de las iniciativas expuestas, las organizaciones también han querido dar visibilidad al fenómeno solidario que ha emergido ante la crisis sanitaria. De este modo, la RSE también ha apostado por reconocer y promocionar el esfuerzo de los diferentes colectivos sociales implicados en esta situación tan excepcional a través de **campañas promocionales, mejorar las condiciones de los servicios prestados** a estos colectivos u **obsequiar con productos o servicios gratuitos** al colectivo de profesionales sanitarios.

Ámbito de contribución de las iniciativas con impacto en reconocimiento, como respuesta a la crisis sanitaria



Impacto organizacional

Por último, en su afán por contribuir en la lucha contra la COVID-19, las empresas españolas han llegado a la **reconversión parcial de su propia actividad económica para producir y suministrar materiales sanitarios de primera necesidad**. En este sentido, un 2% de las iniciativas analizadas se han desplegado persiguiendo este objetivo, y las compañías han empleado sus **instalaciones productivas, equipos de impresión 3D y materias primas** para la generación de productos sanitarios como mascarillas, pantallas faciales o respiradores.



b) Colectivos beneficiados

Del mismo modo que se han desplegado iniciativas con un amplio espectro de objetivos y fines, la labor de la RSE de las empresas también ha alcanzado e impactado en una **importante variedad de colectivos**.

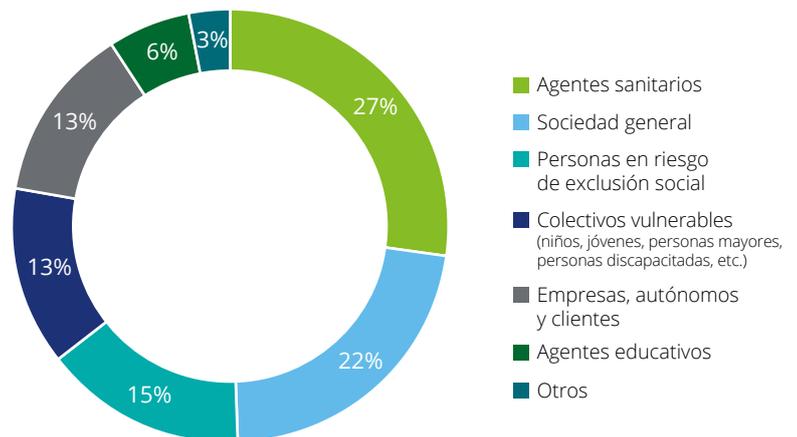
En este sentido, **el gran beneficiario** de las casi 30% de iniciativas de RSE analizadas ha sido el colectivo de agentes sanitarios, en el cual se incluyen los profesionales sanitarios y los centros asistenciales de salud. Así, **el 41% de las organizaciones analizadas** han orientado algunas de sus actuaciones a dicho colectivo.

De este modo, **el apoyo a los agentes sanitarios se ha materializado**, principalmente, a través de actuaciones orientadas a la donación de **material sanitario u otra tipología de recursos de primera necesidad** destinados a los centros de salud y sus profesionales. Adicionalmente, también han destacado las iniciativas enfocadas al **reconocimiento de la labor desarrollada por este colectivo**, como, por ejemplo, a través de la mejora de las condiciones económicas ofrecidas a estos colectivos en los servicios prestados por las empresas (eliminación de comisiones, descuentos especiales, servicios gratuitos, etc.).

Por otro lado, **con un 22% de los proyectos examinados y con el apoyo del 35% de las organizaciones analizadas**, otro de los grandes colectivos beneficiarios ha sido la **sociedad general**. La variedad de iniciativas diseñadas y ejecutadas por las empresas, para este colectivo, ha sido muy amplia: divulgación de **conocimientos relacionados con la COVID-19**, acceso a recursos, herramientas y **consejos saludables** para afrontar la crisis sanitaria, **divulgación de contenido cultural, iniciativas de apoyo y acompañamiento** entre diferentes colectivos, **donación de material sanitario u otros recursos**, entre otras.

Seguidamente, ha destacado también el colectivo de **personas en riesgo de exclusión social**, aunando el **15% de las iniciativas de RSE analizadas y al 27% de las organizaciones**. Entre este colectivo, más de la mitad de las iniciativas desplegadas se han enfocado hacia la **cobertura de necesidades sociales básicas** como la alimentación u otros bienes de primera necesidad o la **captación de recursos económicos** para el apoyo a proyectos solidarios con este fin.

Beneficiarios de la RSE desplegada contra la COVID-19



Adicionalmente, otro de los grandes beneficiados de la RSE contra la COVID-19, con un **13%** de los mismos, han sido los **colectivos vulnerables**, como los niños y los jóvenes, las personas mayores o las personas discapacitadas. Las empresas se han volcado en el **acompañamiento y protección de estos colectivos** para minimizar el impacto que la crisis sanitaria ha tenido en el desarrollo de sus vidas.

Por otro lado, la RSE también se ha orientado a **las empresas privadas, autónomos y a los clientes**, con un **13%** y un **6%** de los proyectos estudiados, respectivamente. En este sentido, **se ha dado un apoyo y colaboración entre organizaciones contra los efectos de la COVID-19**, y adicionalmente, también se han **mejorado las condiciones de los servicios prestados**, tanto económicas como técnicas.

Por último, los **agentes educativos**, englobando tanto a personal educativo como a estudiantes, se presenta como el **beneficiario objetivo del 6% de las iniciativas de RSE analizadas**. En este sentido, la contribución de las organizaciones ha oscilado entre desarrollar o ceder el acceso gratuito a plataformas educativas *online* y ceder recursos tecnológicos, como tabletas, ordenadores o *routers*, para asegurar el acceso a la educación *online*.

El gran beneficiario de las casi 30% de iniciativas de RSE analizadas ha sido el colectivo de agentes sanitarios. Así, el 41% de las organizaciones analizadas han orientado algunas de sus actuaciones a dicho colectivo.

c) Alcance temporal y geográfico del impacto

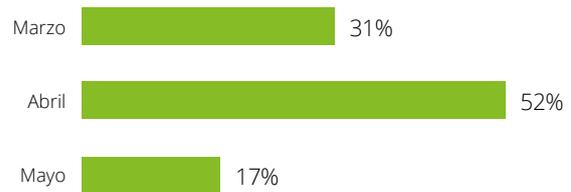
191 iniciativas de RSE analizadas han dado comienzo en el mes de abril, reflejando la rápida respuesta de las empresas ante esta crisis sanitaria.

En lo que respecta al **alcance temporal** de las iniciativas de RSE analizadas, **la mayor parte de las empresas han dado comienzo a sus actuaciones durante el mes de abril**, lo que supone 191 actuaciones (52%). Seguidamente, otras 115 iniciativas han comenzado en el mes de marzo (31%), y un 17% restante en el mes de mayo. Estos datos reflejan la rápida respuesta de la actividad de RSE de las empresas frente al impacto de la COVID-19.

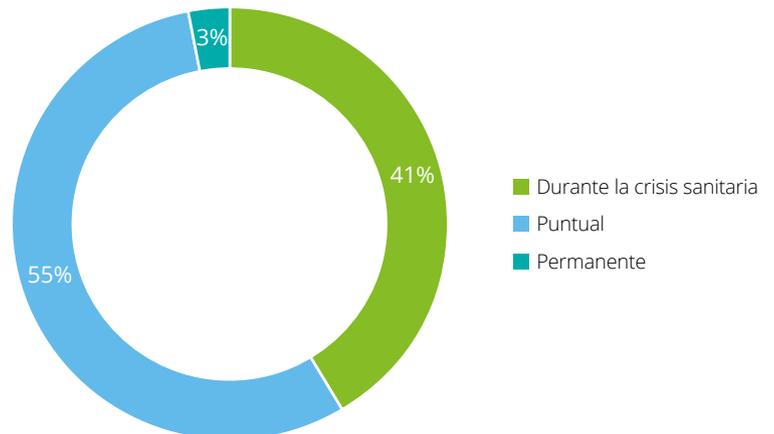
Por otro lado, y lo que respecta al periodo de duración de las iniciativas, un **55% de estas iniciativas**, esto es, 208 actuaciones, **se van a implementar de manera puntual**, mientras que otras **154 actuaciones van a prolongarse a lo largo de la crisis sanitaria** (41%).

En lo relativo al **alcance geográfico**, **300 de estas actuaciones de RSE han sido diseñadas y ejecutadas para su implementación y alcance a nivel estatal** (80%). De este modo, otro 19% se ha focalizado dentro de una única autonomía, y un 1% restante a tenido carácter exclusivamente comarcal. Así, queda reflejado que las empresas han tratado de extender su labor solidaria tratando de alcanzar al mayor número de beneficiarios posible.

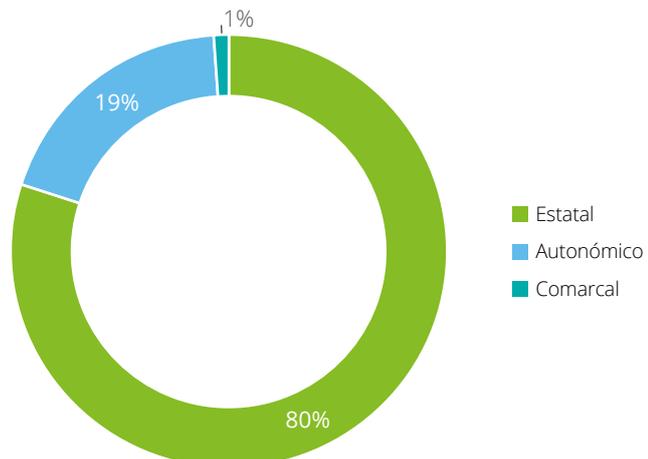
Mes de comienzo de las iniciativas de RSE contra la COVID-19



Alcance temporal de las iniciativas de RSE contra la COVID-19



Alcance geográfico de las iniciativas de RSE contra la COVID-19



d) Colaboración entre agentes

Otra de las cuestiones que ha destacado en la labor de la RSE solidaria emprendida por las empresas ha sido la colaboración que se ha dado entre organizaciones, ya sean privadas o del tercer sector. De este modo, y con el objetivo de potenciar sus capacidades, recursos y alcance del impacto, **un 21% de las iniciativas de RSE, esto es, un total de 80 iniciativas emprendidas han contado con colaboración entre diferentes organizaciones.**

Esta colaboración se ha dado entre 2 y 4 organizaciones para un 74% de los casos analizados, entre 5 y 10 organizaciones para un 21%, y entre más de 10 agentes para el 5% de las colaboraciones restantes.

En este sentido, una de las colaboraciones mas habituales ha sido la que se han dado entre compañías privadas con empresas del tercer sector. Así, las empresas privadas han materializado o canalizado, en muchas ocasiones, sus actuaciones a través ONG o

El espíritu colaborativo de las empresas españolas ha estado presente en el despliegue de las iniciativas de RSE contra la COVID-19; en este sentido, un 21% de las iniciativas analizadas han contado con la colaboración entre organizaciones y un 7% con voluntariado corporativo.



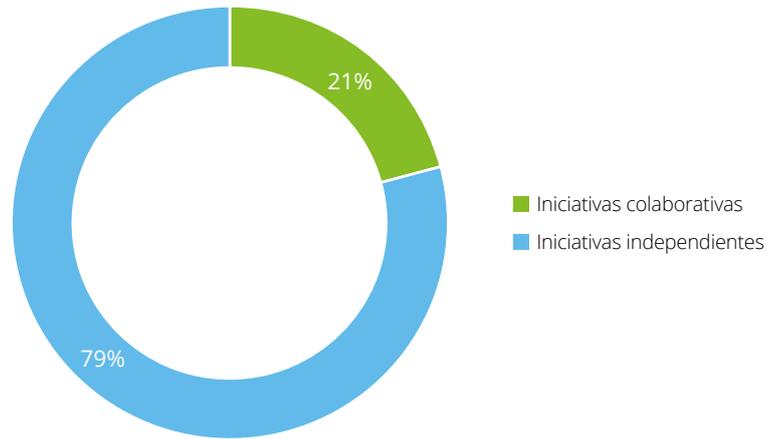
entidades similares. De este modo, organizaciones sin ánimo de lucro como **Cruz Roja, el Banco de Alimentos o Ayuda en Acción**, entre otras, se han vuelto grandes aliados para la labor de RSE de las empresas españolas contra la COVID-19. Así, Cruz Roja ha aparecido como entidad social de referencia al participar en el 3,2% de las actuaciones analizadas.

Por otro lado, y continuando con el análisis del nivel de colaboración desde un punto de vista sectorial, se puede observar que, a rasgos generales, prácticamente todos los sectores analizados han desplegado de media un 21% de sus iniciativas en colaboración con otras organizaciones. En este sentido, ha destacado especialmente los sectores de Gran Consumo, con un 27% de iniciativas colaborativas, Salud (24%) y Banca y Seguros (23%).

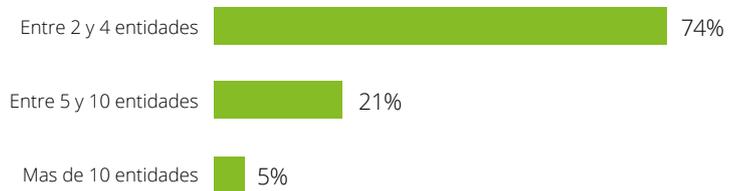
Asimismo, se ha observado que en el caso de las actuaciones desplegadas por los socios de la Fundación SERES la colaboración entre organizaciones ha estado presente en el 22% de sus actuaciones desplegadas.

Finalmente, y siguiendo con la involucración de otros agentes, un notable volumen de organizaciones ha implicado a sus trabajadores en sus actuaciones de RSE contra la COVID-19. De este modo, **se ha observado que un 7% de las iniciativas analizadas han contado con la involucración de los empleados a través de programas de voluntariado corporativo.**

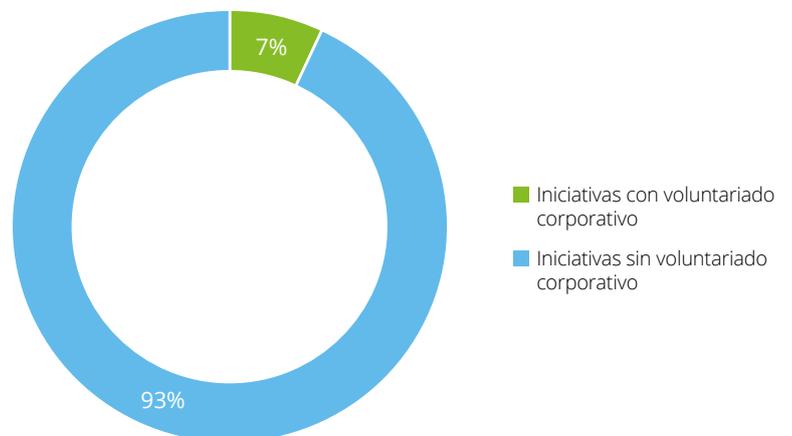
Volumen de iniciativas de RSE colaborativas



Volumen de entidades participantes en las iniciativas de RSE colaborativas contra la COVID-19



Volumen de iniciativas de RSE que han contado con voluntariado corporativo



e) Objetivos de Desarrollo Sostenible



En 2015, la ONU aprobó la **Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible**, una oportunidad para que los países y sus sociedades emprendan un nuevo camino con el que mejorar la vida de todos, sin dejar a nadie atrás. La Agenda cuenta con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, que incluyen desde la eliminación de la pobreza hasta el combate al cambio climático, la educación, la igualdad de la mujer, la defensa del medio ambiente o el diseño de nuestras ciudades.

En este sentido, y en línea con las directrices de la ONU, las empresas españolas han alineado su labor de RSE con 8 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible.

- El tercero de los ODS, **Salud y Bienestar** ha sido, de acuerdo con el análisis previo, uno de los principales objetivos perseguidos por las empresas contra la COVID-19. De este modo, se han emprendido una amplia variedad de iniciativas orientadas a la erradicación de esta enfermedad y a la protección de la población frente a esta.
- Los objetivos 1, 2 y 10, **Fin de la Pobreza, Hambre Cero y Reducción de las Desigualdades**, también han sido otros de los ámbitos en los que han trabajado las empresas con sus actuaciones de RSE, orientadas a la protección de los colectivos más vulnerables o en riesgo de exclusión social.
- En lo que respecta a la educación, el ODS número 4, **Educación de Calidad**, también ha tenido su presencia entre la RSE contra la COVID-19. Así, numerosas empresas han apoyado, tanto a

En línea con las directrices de la Organización de las Naciones Unidas, las empresas españolas han alineado su labor de RSE contra la COVID-19 en 8 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible.

niños y jóvenes como al colectivo docente en el mantenimiento de las clases educativas a través del acceso gratuito a plataformas de educación *online* o cediendo dispositivos móviles que aseguren su conexión.

- Por otro lado, otro de los objetivos a los que ha contribuido la RSE ha sido al **Trabajo Decente y Crecimiento Económico, ODS 8**. En este sentido, las empresas han trabajado en la estimulación de la economía mejorando el acceso a sus servicios y productos, ya sea tanto a sus proveedores como a sus clientes y usuarios.
- El noveno objetivo es **Industria, Innovación e Infraestructuras**, y la RSE de las empresas también se ha orientado al apoyo de la tecnología y la innovación para enfrentar al virus.
- Por último, y en línea con el objetivo 17, **Alianzas para lograr los objetivos**, las empresas han impulsado las alianzas entre gobierno, sector privado y sociedad civil.

Lecciones aprendidas

El fuerte impacto que la crisis sanitaria, económica y social de la COVID-19 ha tenido en todos los agentes de la sociedad ha supuesto el despliegue inmediato de una amplia variedad de medidas para su mitigación y recuperación. En este sentido, en la variedad de reacciones acontecidas por parte de todos los agentes sociales se ha evidenciado el rol fundamental que han desempeñado las organizaciones.

De este modo, el proyecto [#SERESResponsables](#), poniendo foco en la labor desplegada por la Responsabilidad Social Empresarial española, ha permitido observar y concluir las siguientes lecciones aprendidas de la labor social de las empresas.

Lecciones aprendidas del impacto social de las empresas frente a la COVID-19



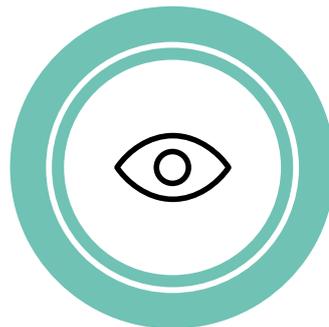
Metodología

En primer lugar, se ha llevado a cabo una labor de identificación de las publicaciones realizadas, tanto en prensa como en los canales de comunicación, por las empresas establecidas en España en relación con su labor de RSE desarrollada para apoyar contra la COVID-19.

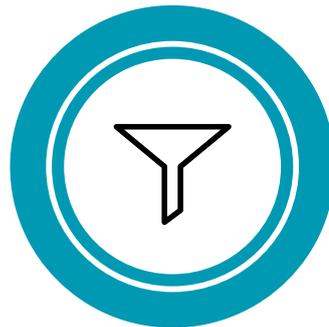
Posteriormente, estas iniciativas se han sometido a un proceso de filtrado y análisis, para seleccionar únicamente aquellas iniciativas que cumplen con los criterios de estudio del presente informe:

- Iniciativas de RSE con alcance estatal, autonómico o comarcal; excluyendo actuaciones con foco en otros países
- Iniciativas surgidas a la raíz de la crisis sanitaria
- Iniciativas puestas en marcha únicamente por empresas privadas o por organizaciones pertenecientes al tercer sector; excluyendo iniciativas desplegadas por el sector público
- Iniciativas con foco en la RSE de las organizaciones; excluyendo aquellas iniciativas o medidas tomadas por las empresas con impacto interno (teletrabajo, expedientes de regulación temporal de empleo, medidas de seguridad implantadas en las organizaciones, etc.)

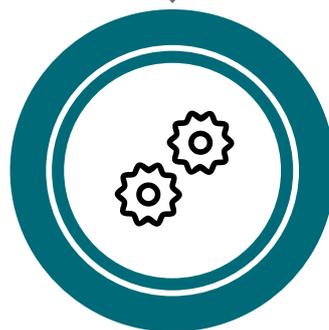
Tras el proceso de filtrado, las iniciativas de interés para el informe han sido sometidas a un proceso de análisis y explotación de sus resultados. De este modo, con la información extraída, se ha generado el presente documento.



Identificación



Análisis y filtrado



Explotación de resultados

Nota metodológica

617 iniciativas identificadas,

tanto en prensa como en los canales de comunicación de las empresas; de las cuales

375 han sido objeto de este estudio

El 56% de las empresas analizadas corresponden con empresas socias de la Fundación SERES

En este mismo sentido el

61% de las iniciativas analizadas corresponden con socios de la Fundación

4Geeks Academy	Banco de Alimentos	Consentino Group
Abanca	Santander	Cruz Roja
Accenture	Bankia	Damm
Acciona	Bankinter	Danone
Acerinox	BBVA	DKV
ACS	BDO	EADA
Acta sanitaria	Bridge for Billions	Ebro Foods
Adecco	Bristol-Myers Squibb	Ecoembes
AENA	CaixaBank	Edelvives
Ahímas	Camarero10	El Corte Inglés
Altamar Capital Partners	Capgemini	Enagas
Amadeus IT Group	Cellnex Telecom	Endesa
Ashoka	CEOMA	ESADE
AstraZeneca	Cerealto Siro Foods	Europcar
Atades	Change Dyslexia	Euskaltel
Atlantic Copper	CHL	Everis
Atresmedia	Cisco	EY
Atrevia	Coca-Cola	Facebook
Ayuda en Acción	Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas	FandIT

Faurecia	Iberdrola	PictoEscritura
Federación Profesional del Taxi de Madrid	Iberia	ProFuturo
Ferrovial	IBM	PS21
Food4Heroes	IE Business School	PWC
Ford	Inditex	Randstad
Fujitsu	Indra	Real Madrid
Fundación Alalá	ING	Repsol
Fundación Amancio Ortega	Jaguar Land Rover	Sacyr
Fundación Amigó	Johnson & Johnson	Salesforce
Fundación ANAR	Kaspersky	Samsung
Fundación Cajasol	KPMG	Santalucía
Fundación curArte	L'Oréal	Santillana
Fundación Hazlo posible	La Caja de Canarias	Save the Children
Fundación La Caja de Canarias	Laboratorios Frida Dorsch	Seat
Fundación Pro Bono	Leroy Merlin	SECOT
Fundación Prójimo Próximo	Lilly	SEEDO
Fundación Ramón Areces	Lullaai	Seur
Fundacion Trilema	Mahou	Siemens
Garnier	Makkila	SPEAK
Generali	Mango	Squares Ventures
Genially	Mapfre	Supracafé
Google	March R.S.	Svisual
Grupo Caser	MasMovil	Telefónica
Grupo Quirón	Meliá Hotels	Tendam
Grupo SIFU	Mercadona	Tuuusuper
Grupo Social ONCE	Microsoft	Twitter
GSK	Mutua Madrileña	Unicef
H&M	Mutualidad de la Abogacía	Universal Doctors
Heineken	Naturgy	Universitat Jaume I de Castellón
HP	Ogilvy Public Relations	Vocento
Huawei	Oído Cocina Gourmet	Vodafone
Hyundai Motor	Oppo	Willis Towers
IAMCP	Orange	
Ibercaja	Pfizer	

Anexo I:

Detalle de las iniciativas por entidad socia de SERES

A continuación, se muestran, en orden alfabético, algunas de las iniciativas con mayor impacto de las empresas SERES recogidas en la plataforma.



- Plan Anticipar – Plan especial de crédito.
- Abanca ha activado con carácter urgente un plan especial de crédito destinado a ayudar a las empresas y familias a mitigar el impacto de la pandemia por la COVID-19, que movilizará 8.300 millones y anticipará el pago de pensiones.
- Ámbito de impacto: Económico.



- Fundación Accenture se une a Cruz Roja Española para dar respuesta a las necesidades sociales y sanitarias de la COVID-19.
- Desde Fundación Accenture se ha trasladado ayuda a los colectivos más afectados por la pandemia en España, de la mano de Cruz Roja Española. Para ello, han realizado una donación corporativa de 100.000 euros, sus profesionales más de 63.000 y han sumado también las donaciones de sus familiares, amigos, colaboradores, etc.
- Ámbito de impacto: Relacional.



- ACCIONA pone en marcha un Plan de Aplazamiento de Pagos por el suministro eléctrico para pequeñas y medianas empresas.
- Acciona ha anunciado la puesta en marcha de un Plan de Aplazamiento de Pagos para aquellos de sus clientes que se encuadren dentro de la categoría de pequeñas y medianas empresas (PYME), como forma de colaborar en la superación de las excepcionales circunstancias derivadas de la pandemia de coronavirus.
- Ámbito de impacto: Económico.



- Acerinox Europa dona 60.000 euros a 20 asociaciones del campo de Gibraltar para paliar los efectos del coronavirus.
- Acerinox y sus trabajadores, han empezado a aportar pequeñas ayudas para suavizar los efectos de la COVID-19. Los fondos para estas ayudas provienen de la partida por el cierre del comedor desde el pasado 13 de marzo, así como de la donación de empleados que han renunciado a este concepto. Esta donación de importe similar o superior será distribuida durante los meses que dure la situación a las organizaciones sociales de la comarca que la soliciten.
- Ámbito de impacto: Relacional.



- Florentino Pérez dona a Madrid 450.000 euros contra el coronavirus.
- Entre el Real Madrid y ACS ha aportado esa cantidad al consistorio madrileño contra el virus.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



FUNDACIÓN ADECCO

- Fundación Adecco – #PrepárateParaElFuturo
- Desde la Fundación Adecco se ha lanzado la campaña de emergencia #PrepárateParaElEmpleo, alineada con la máxima “no dejar a nadie atrás” de la Agenda 2030, y que pone al alcance de todos nuestros candidatos y, en general, de todos aquellos demandantes de trabajo con más dificultades una serie de recursos online para mejorar su candidatura y conectar con un mercado laboral que no volverá a ser el mismo, tras la crisis la COVID-19.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- AENA – Exención del pago de tarifas para aeronaves con material sanitario.
- AENA está plenamente comprometida en realizar cuantas actuaciones ayuden a resolver cuanto antes la situación creada por la COVID-19. Como muestra de ello, una de las medidas adoptada con esta finalidad, el Comité de Dirección Ejecutivo de la Compañía acordó el pasado 2 de abril, y en el marco de su política de responsabilidad corporativa, eximir del pago de las tarifas de tránsito aéreo y aterrizaje a aquellas aeronaves que transportaran material sanitario necesario para luchar contra la pandemia.
- Ámbito de impacto: Reconocimiento.



- Colaboración con Fundación Próximo Próximo.
- El coste, que ha ascendido a 1291,92 euros, ha sido asumido gracias a la Fundación Altamar que un año más apoya de modo económico a la Fundación Próximo Próximo para poder financiar ayudas específicas a personas con discapacidad sin recursos.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- El deber de asistencia durante la COVID-19 con Amadeus Mobile Messenger.
- Amadeus se asoció con el líder mundial de gestión de riesgos y seguridad de viajes Riskline, para integrar información específica relacionada con la COVID-19 dentro de Amadeus Mobile Messenger, nuestra solución de gestión de riesgos para corporaciones.
- Ámbito de impacto: Económico.



- AstraZeneca ha donado 9 millones de mascarillas para apoyar al personal sanitario de todo el mundo en la lucha contra la COVID-19.
- En concreto, en España, la compañía donará 400.000 mascarillas. Además, se intensifican los esfuerzos para desarrollar nuevas pruebas diagnósticas y descubrir un tratamiento frente a la COVID-19.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Atlantic Copper destina más de 20.000 euros para prevenir contagios en hospitales de Huelva.
- La Fundación Atlantic Copper ha destinado un total de 20.940 euros al Sistema Público de Salud de Huelva para llevar a cabo una actuación que persigue prevenir el contagio del Coronavirus en el personal sanitario que presta sus servicios en los hospitales onubenses Juan Ramón Jiménez, Infanta Elena y Riotinto. En concreto, con la mediación de Fabis (Fundación Andaluza Beturia para la Investigación en Salud), se va a instalar un sistema de vídeo vigilancia en 78 habitaciones de planta de estos tres hospitales de la provincia de Huelva.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.

ATRESMEDIA



- El plan de Atresmedia y Cruz Roja supera su objetivo con más de 11 millones de euros recaudados para ayudar frente al coronavirus.
- El proyecto impulsado por Cruz Roja Española con la alianza de Atresmedia para atender a personas en situación de vulnerabilidad a causa de la COVID-19 ha superado su objetivo: recaudar más de 11 millones de euros gracias a las donaciones y aportaciones de los ciudadanos. La donación total de esta iniciativa supera incluso los 10.865.555 euros marcados, lo que ha permitido llegar a 1.376.348 personas, superando también el objetivo inicial de 1.350.000 personas.
- Ámbito de impacto: Relacional.

ATREVIA™

- #AnálisisParaLaAcción.
- Plataforma para la divulgación de una serie de informes, entrevistas y opiniones relevantes que pongan en común informaciones, acerquen puntos de vista y clarifiquen las posibles medidas a tomar y direcciones a seguir en estos momentos gobernados por la incertidumbre.
- Ámbito de impacto: Conocimiento.

Santander

- Santander moviliza otros 20 millones de euros para luchar contra el coronavirus junto a Crue Universidades Españolas y el CSIC.
- Banco Santander ha movilizado cerca de 20 millones de euros de su mecenazgo en Educación a través de Santander Universidades, para apoyar proyectos de colaboración, liderados por las universidades y el CSIC, que hagan frente a los desafíos sanitarios y educativos surgidos por la crisis de la COVID-19.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.

Bankia

- Bankia adelanta al 3 de mayo el abono de la prestación por desempleo a sus clientes.
- Bankia volverá a adelantar el abono a sus clientes de la prestación por desempleo del Servicio Público de Empleo Estatal, como ya hizo el mes anterior en el marco de las medidas que ha puesto en marcha la entidad para paliar el impacto de la situación generada por la evolución del coronavirus.
- Ámbito de impacto: Económico.

BBVA

- BBVA dona a los sistemas públicos de salud.
- Como parte de una donación global de 35 millones de euros para luchar contra la COVID-19, BBVA adquirió en China 2.813 respiradores, 5.000 máscaras de flujo, 400 oxigenadores y 400.000 mascarillas.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.

BDO

- BDO elabora un mapa interactivo para conocer las medidas fiscales y financieras adoptadas en todo el mundo.
- Con el objetivo de proporcionar una visión general de las medidas clave que están introduciendo todos los gobiernos con motivo de la pandemia a nivel mundial, BDO ha elaborado un mapa interactivo. Se trata de una herramienta digital que compila toda la información proporcionada por especialistas en impuestos y subvenciones internacionales de BDO, para todas las jurisdicciones en las que se dispone de información. Además, se trata de una herramienta viva que se irá construyendo a medida que se disponga de más información.
- Ámbito de impacto: Conocimiento.

Bristol-Myers Squibb

- Bristol Myers Squibb y Save the Children se unen para ayudar a niños de hogares sin recursos ante la pandemia.
- Bristol Myers Squibb se han unido a Save the Children para ayudar a niños de hogares sin recursos, mediante el programa 'A tu lado', al que ha realizado una contribución económica para poder ayudar a las familias sin recursos a acceder a alimentos, bienes básicos y a recursos para que los niños y las niñas puedan continuar estudiando mientras permanecen cerrados los centros educativos pese a la actual situación de academia provocada por el coronavirus.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.

BRITISH AMERICAN TOBACCO

- BAT, busca una vacuna contra el coronavirus a partir de la hoja del tabaco
- La compañía desarrolla a través de la biotecnológica Kentucky BioProcessing (KBP) una potencial vacuna mediante el uso de tecnología de hojas de tabaco de rápido crecimiento.
- Ámbito de impacto: Relacional.



- Agua para nuestros sanitarios.
- Canal suministra botellas de agua al personal sanitario que está trabajando durante la emergencia sanitaria por coronavirus (COVID-19).
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- CaixaBank adelanta el pago de 100 millones de euros en prestaciones por desempleo para 138.000 personas afectadas por ERTE.
- Los beneficiarios disponen de los fondos, de forma automática, sin coste y sin necesidad de hacer ningún trámite.
- Ámbito de impacto: Económico.



- Capgemini refuerza su compromiso en la lucha global contra la COVID-19.
- En varios países, incluyendo Reino Unido, India y España, Capgemini están utilizando impresoras 3D para producir protectores faciales y material médico para ayudar a abordar la escasez de equipos de protección. Por ejemplo, en el Reino Unido, estos se envían al centro de distribución de 3DCrowd.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Acuerdo para garantizar la conectividad de las personas y empresas.
- Cellnex Telecom, Euskaltel, MasMovil, Orange, Telefónica, Vodafone se comprometen a hacer los mayores esfuerzos para garantizar la conectividad, las capacidades de operación y supervisión de las redes y la agilidad de respuesta ante incidentes, especialmente en lo que respecta a las redes que dan soporte a los servicios de emergencia. Además, durante el periodo de duración del estado de alarma las llamadas realizadas al número de atención sanitaria 061 serán gratuitas para el cliente e igualmente gratuitas en interconexión para los operadores, asumiendo cada uno de ellos sus propios costes de red.
- Ámbito de impacto: Económico.



- Cerealto Siro Ayuda en la alimentación de colectivos vulnerables.
- Cerealto Siro está donando productos para contribuir en la alimentación de colectivos vulnerables. A Fundación ONCE y su Oficina de Voluntariado para ayudar a personas con discapacidad y personas mayores que viven solas, a través de la iniciativa Ángeles Urbanos #contraelcoronavirus. A BB Hotels Spain para alimentar a los 360 sanitarios voluntarios desplazados de toda España a Madrid para ayudar con los enfermos del COVID-19. Y, desde su fábrica de Worksop (UK), para los sanitarios del Servicio Nacional de Salud (NHS) del Reino Unido.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Profe Virtual – Cisco Networking Academy y Makenai (Webex).
- Plataforma de colaboración gratuita, sin restricciones, para reuniones de hasta 200 participantes y hasta final del presente curso lectivo. Herramienta que permite telellamadas, compartir contenido e imágenes y un chat para la participación de los alumnos.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Donación a Fundación ONCE.
- Compra de Impresoras 3D y Suministros para producir equipos sanitarios y apoyo a entidades de la discapacidad.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Coca-Cola dona a Cruz Roja
- A través de The Coca-Cola Foundation hemos realizado una donación a Cruz Roja que garantiza las necesidades de alimentación y sanitarias de 1.000 familias de toda España durante las próximas 8 semanas. Se calcula que esta ayuda llegará a unas 4.000 personas con escasos recursos económicos o con movilidad reducida.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Correos se suma a #Food4Heroes y 'GastroAplauSOS'.
- Personal voluntario de Correos ayudará a los restaurantes que se han unido a la idea solidaria a #Food4Heroes y #GastroAplauSOS para llevar diariamente la comida y cena a los principales centros sanitarios.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Cosentino apoya a los sanitarios.
- Cosentino, compañía global española líder en la producción y distribución de superficies innovadoras, ha realizado desde mediados del pasado mes de marzo diferentes entregas de equipos de protección y material para centros sanitarios de la provincia de Almería y provincias limítrofes, así como para distintas entidades y organizaciones de su entorno, tales como comercios de alimentación. Cosentino ha donado más de 127.000 unidades de este tipo de material, entre mascarillas, monos desechables y guantes, que se han destinado mayoritariamente a centros sanitarios y hospitales de la provincia. Asimismo, la compañía ha ofrecido a distintas autoridades y administraciones públicas su amplia red logística internacional para poder movilizar y traer a nuestro país, llegado el caso, los materiales de seguridad e higiene precisos en beneficio de toda la población.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- La Fundación Damm se une a la solidaridad de chefs y restaurantes para luchar contra el coronavirus.
- Esta entidad sin ánimo de lucro de la cervecera catalana dona las botellas de agua de las 5.000 comidas diarias que chefs y restaurantes madrileños y catalanes destinan a hospitales, residencias de ancianos y comedores sociales.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Danone dona 90.000 yogures para apoyar a hogares en situación de vulnerabilidad de Tres Cantos.
- La compañía ha colaborado con el Ayuntamiento de Tres Cantos para ayudar a las familias más vulnerables del municipio.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- La iniciativa solidaria #NingúnSanitarioSolo ofrece atención psicológica a profesionales sanitarios a través de llamadas telefónicas.
- El proyecto responde a la demanda de atención emocional y psicológica de este colectivo que, debido a la presión actual a la que están sometidos, viven situaciones de estrés, angustia y dolor.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- EADA amplía su programa de becas en respuesta a la crisis de la COVID-19.
- Se trata de un conjunto de ayudas para colectivos diferentes, que van desde oportunidades dirigidas a profesionales que están en primera línea en la lucha contra la pandemia en ciertos países, hasta becas para impulsar el talento femenino en Latinoamérica o para fomentar el desarrollo de la formación en el sector turístico, uno de los más afectados por la crisis actual.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Se adelanta en la compra de material de protección.
- La compañía se adelantó a los efectos de la pandemia comprando material de protección para sus empleados, e incrementando el inventario de materiales de repuesto en sus líneas productivas para cubrir cualquier eventualidad o avería que pudiera surgir durante el confinamiento.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- El Corte Inglés reconvierte su taller de costura de Madrid para confeccionar mascarillas de protección.
- El Corte Inglés ha reconvertido sus talleres de costura en la madrileña calle de Tomás Bretón en un especial atelier capaz de producir mascarillas de protección, con total seguridad.
- Ámbito de impacto: Organizacional.



- Enagás colabora con Cruz Roja Española para facilitar productos sanitarios a 50.000 familias en situación de vulnerabilidad frente al coronavirus.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Endesa crea un fondo de 25 millones y activa un plan para dotar de material, servicios, equipos e infraestructuras en la lucha contra la COVID-19.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Esade lanza 'Stay Connected', su plataforma digital de conocimiento para aportar valor a la sociedad.
- El objetivo de Esade es "contribuir a la comprensión del contexto actual, aportar marcos y herramientas de gestión ante una situación tan singular, y finalmente, señalar líneas de acción para organizaciones e individuos", para así "empoderar a nuestra comunidad, ayudarle a adaptarse al nuevo escenario, impulsar cambios e incentivar nuevas soluciones a través del conocimiento".
- Ámbito de impacto: Económico.

_initiatives



- everis se une a la iniciativa solidaria "TodosDesdeCasa" de la IAMCP y Microsoft.
- everis colaborará en el portal "Momento de aprender", una plataforma *online* que guiará a los profesores, los alumnos y a sus familias en el camino de la educación telemática, a través de la utilización de herramientas como Microsoft Teams y Office 365. El proyecto está a disposición del ecosistema educativo español al completo mientras dure el confinamiento, de forma totalmente gratuita y accesible de manera sencilla.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- EY Ristorantes.
- Una iniciativa solidaria en la que a través de un *crowdfunding* de los empleados voluntarios de EY para donar pasta a familias en riesgo de exclusión social. Un colectivo que está experimentando grandes dificultades para llegar a final de mes en la compra de alimentos básicos, fruto del impacto económico de la crisis sanitaria que experimentamos.
- Ámbito de impacto: Relacional.



- Facebook incorpora un Centro de información sobre el coronavirus.
- La aplicación de Facebook mostrará en la parte superior de la cuenta del usuario una sección con noticias, información y recomendaciones relativas al coronavirus.
- Ámbito de impacto: Conocimiento.



- El personal de Faurecia imprime escudos de máscaras para los servicios públicos de primera línea en España.
- Los trabajadores de Faurecia en Valencia se han movilizado para producir 150 máscaras al día utilizando las máquinas 3D para proteger a trabajadores de diferentes sectores.
- Ámbito de impacto: Organizacional.

ferrovial

- Ferrovial intensifica sus esfuerzos en la lucha contra la COVID-19.
- Ferrovial ha dotado un fondo con 10 millones de euros para la lucha contra la pandemia. El dinero se destinará a donaciones a la Administración sanitaria, hospitales, universidades y centros de investigación o desarrollo; así como a varias ONG en una serie de proyectos específicos.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Ford cede vehículos a Cruz Roja para ayudar a hacer frente a la crisis sanitaria.
- La filial española de la compañía automovilística Ford, con la colaboración de la Fundación SERES, ha firmado un acuerdo con Cruz Roja Española por el cual cede 15 vehículos de su flota durante el periodo de duración del estado de alarma decretado por el Gobierno para ayudar a la institución en su plan Cruz Roja Responde frente a la COVID-19.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.

FUJITSU

- Fujitsu ofrece cursos *online* gratuitos, de formación en competencias digitales, para incrementar la capacitación y empleabilidad.
- Fujitsu inició el 6 de mayo un innovador proyecto formativo, denominado "Curriculum en Competencias digitales", destinado a potenciar las habilidades digitales de los españoles, para incrementar su formación, aumentar sus capacidades y colaborar en la mejora de su empleabilidad de cara a futuros procesos de selección.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Fundación Cajasol – Servicio telefónico de información sanitaria.
- El objetivo de esta iniciativa es ofrecer información a todos los ciudadanos, habilitando nuevas vías de comunicación con profesionales sanitarios, así como facilitar el día a día de un sector importante de la población durante el periodo de aislamiento domiciliario que se está promoviendo con el fin de reducir la curva del contagio. Entre otras recomendaciones sanitarias para frenar la propagación del coronavirus, el Gobierno pide que los ciudadanos limiten el tiempo fuera de sus casas. En este sentido, la Fundación Cajasol pondrá en marcha un programa de ayuda para aquellas con mayor vulnerabilidad ante esta situación, personas de tercera edad y/o con movilidad reducida, para facilitarles su vida cotidiana y evitar situaciones de riesgo.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Proyectos COVID-19, Fundación Fernando Pombo.
- Proyectos pro bono y clínicas jurídicas para mejorar el acceso a los derechos de los más vulnerables. Asimismo, estamos promoviendo el debate y la reflexión sobre el papel del Derecho en los grandes retos a los que nos enfrentamos en los próximos meses.
- Ámbito de impacto: Relacional.



- GENERALI – Lanza un fondo de 10 millones de euros para ayudar a la red de profesionales externos.
- Ámbito de impacto: Económico.



- Google ofrece algunas de sus herramientas de comunicación y colaboración de forma gratuita.
- Extendió el acceso a las capacidades avanzadas de videoconferencia de Hangouts Meet a todos los clientes de G Suite y G Suite for Education a nivel mundial, ya que la empresa presenta sus herramientas de trabajo remoto como una opción para las empresas que buscan dejar que sus empleados trabajen desde casa.
- Ámbito de impacto: Económico.



- Investigación para responder a la pandemia.
- Los científicos de GKS están trabajando con organizaciones internacionales como la OMS, la Coalición para las innovaciones en preparación para epidemias (CEPI) y los gobiernos de todo el mundo en la lucha contra la epidemia.
- Ámbito de impacto: Relacional.



- Fundación Caser activa servicios de acompañamiento a mayores y de apoyo psicológico.
- La Fundación Caser, ha puesto en marcha dos servicios telefónicos enfocados a prestar apoyo a algunos de los colectivos más afectados por las consecuencias de la pandemia. El primero de ellos está dirigido a personas mayores de 70 años que pasan el confinamiento solas en sus domicilios.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Quirónsalud Vitoria pone en marcha un programa de acompañamiento telefónico a mayores de 65 años.
- El Hospital Quirónsalud Vitoria ha puesto en marcha un servicio de acompañamiento telefónico destinado a las personas mayores a consecuencia de las limitaciones de movilidad y el obligado distanciamiento social por la COVID-19. Este servicio está destinado a personas mayores de 65 años y tiene como objetivo resolver sus dudas, facilitarles los servicios o el asesoramiento que pudiera requerir este colectivo especialmente vulnerable.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.

grupo social ONCE



- #LallusionPuedeConTodo.
- El Grupo Social ONCE trabaja siempre desde la perspectiva del compromiso social. Es por ello por lo que actualmente estamos poniendo todos nuestros esfuerzos, instalaciones y recursos en mano de quienes más los necesiten con el objetivo de contribuir a la protección de los colectivos más vulnerables ante esta crisis.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- H&M España ha donado más de 16.000 productos, entre los que figuran mantas, calcetines o camisetas, a Cruz Roja para luchar contra el coronavirus, una donación que se suma a la primera entrega de material sanitario.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- HEINEKEN España ofrece formación *online* específica para ayudar a los profesionales hosteleros ante la reapertura.
- HEINEKEN España, compañía a la que pertenecen las marcas Cruzcampo, Amstel y Heineken®, da un paso más en su apoyo a la hostelería ampliando su plataforma *online* de formación y asesoramiento para los profesionales del sector, con nuevos contenidos que les ayuden ante la reapertura de sus negocios.
- Ámbito de impacto: Económico.



- HP entrega más de 34.000 piezas impresas en 3D a los hospitales para ayudar en la crisis sanitaria de la COVID-19.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Huawei dona un millón de mascarillas a España para su uso en la lucha contra la expansión de la COVID-19, entre las que figuran 150.000 unidades del tipo 'FFP2' de protección máxima.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- #VamosZaragoza - Fundación Ibercaja.
- Ayuntamiento de Zaragoza, Fundación Ibercaja e Ibercaja Banco han puesto en marcha una nueva plataforma, #VamosZaragoza, para recaudar las donaciones de particulares y empresas que quieren ayudar a proteger a las personas vulnerables en la ciudad de Zaragoza, como consecuencia de la expansión la COVID-19. La iniciativa garantiza la entrega de 100 comidas en sus domicilios a personas mayores durante los próximos 30 días. Una vez conseguido este objetivo y en función de la respuesta recibida en donaciones, se acometerán otros destinos diferentes que ayuden a paliar los efectos sociales que provoca esta sobrevenida situación entre personas mayores.
- Ámbito de impacto: Relacional.



- Corredor aéreo sanitario.
- La noticia recoge todas las medidas solidarias que Iberia está llevando a cabo en la lucha frente a la COVID-19; desde repatriaciones, hasta donaciones a hospitales.
- Bienestar Social.



- IBM extiende sus recursos de educación digital a todos de forma gratuita.
- IBM ha extendido recursos educativos en línea como IBM Skills, Open P-TECH y la serie IBM AI Education para maestros. Estos programas y cursos gratuitos pueden brindar a los usuarios las herramientas necesarias para explorar nuevas ideas, carreras y cursos, en cualquier momento y en cualquier lugar.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Santander y Fundación IE impulsan un fondo dotado con 15.500 becas digitales para profesores, universitarios y jóvenes profesionales.
- Banco Santander, a través de Santander Universidades, y Fundación IE, la fundación de IE University, han puesto en marcha el 'Santander IE Fondo de Ayuda a la Educación' que beneficiará a 15.500 profesores, universitarios y jóvenes profesionales de todo el mundo. Los alumnos becados recibirán formación *online* especializada en transformación digital y desarrollarán habilidades clave para enfrentarse al nuevo mundo durante y tras la pandemia de la COVID-19.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- La Fundación Amancio Ortega - Lucha contra la pandemia.
- Ha comprado material sanitario por 63 millones.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Indra dona 7.336 tabletas a menores para reducir la brecha digital educativa a través de 29 instituciones.
- Estas tabletas se suman a las 1.000 que Indra donó a menores en situación de vulnerabilidad a mediados de abril. Con ello, en conjunto esta donación masiva de tabletas supone la mayor realizada durante la crisis de la COVID-19 de equipamiento tecnológico con fines educativos y para corregir la brecha digital educativa.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- ING - Tus prestaciones ahora llegan antes.
- Si hasta hoy recibías tu prestación por desempleo el día 10 del mes, durante abril y mayo, la recibirás una semana antes. Porque, ahora más que nunca, queremos ayudarte y estar a tu lado en todo lo que necesites. Las pensiones también las abonaremos el 21 de abril.
- Ámbito de impacto: Económico.



- KPMG Impulsa ofrece consejos y guías gratuitas a pymes, autónomos y entidades sociales frente a la COVID-19.
- KPMG Impulsa y la Fundación KPMG han puesto en marcha una iniciativa para apoyar a pymes, autónomos, startups, emprendedores y entidades sociales, ante la compleja situación económica a la que se enfrentan con motivo de la pandemia de la COVID-19, creando una web que ofrece consejos prácticos y guías explicativas sobre las principales cuestiones fiscales y laborales en la actual coyuntura.
- Ámbito de impacto: Económico.



- L'Oréal España se vuelca para combatir los efectos del coronavirus.
- Entre las medidas, destacan: donación de 600.000 unidades de gel desinfectante, donación de 100.000 euros a organizaciones con las que colabora en la lucha contra la COVID-19, y donación de material sanitario a trabajadores de supermercados e hipermercados.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Leroy Merlin colabora en la lucha contra la COVID-19, apoyando la acción sanitaria con productos para su protección.
- La compañía ya ha donado, a los hospitales creados en IFEMA y la FIRA de Barcelona, más de 50.000 EPIs sanitarios entre guantes, gafas de protección y monos desechables, así como artículos de primera necesidad como geles, mantas y sábanas.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Respuesta de Lilly a la situación generada por la COVID-19.
- Lilly ha decidido adelantar todo lo posible el pago a sus proveedores más pequeños, que se puedan encontrar en una situación de riesgo por falta de liquidez con el objetivo de que a partir de ahora reciban el importe de las facturas una vez sean recibidas.
- Ámbito de impacto: Económico.



- Fundación MAPFRE – Apoyo al equipo de investigadores del CSIC.
- Han donado 5 millones de euros para apoyar los distintos proyectos que están en marcha para entender el comportamiento del virus y acelerar el desarrollo de una vacuna.
- Ámbito de impacto: Conocimiento.

MARCH R.S.

- MARCH R.S. dona al Hospital Puerta de Hierro la póliza de R.C. para el ensayo clínico de un tratamiento para la COVID-19.
- March Risk Solutions (March R.S.), proveedor global de servicios de correduría participado en un 100% por Banca March, ha firmado una póliza de responsabilidad civil con el Hospital Puerta de Hierro de Madrid que da cobertura a un ensayo clínico que, desde la Fundación para la Investigación Biomédica del hospital, investiga un tratamiento para la COVID-19. En el marco de este acuerdo y desde el compromiso de la correduría en esta lucha de alcance global, March R.S. ha donado al propio hospital el importe económico equivalente a la prima de la póliza.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Meliá Hotels – Obsequiará con 10.000 estancias de 2 noches de hotel a los profesionales sanitarios que luchan contra la COVID-19.
- Meliá Hotels International agradece su compromiso y dedicación al colectivo sanitario y ofrece 10.000 estancias de dos noches de hotel a los profesionales sanitarios que luchan contra la COVID-19 bajo el lema “noches por vuestros días”, reconociendo con un pequeño gesto el trabajo de los héroes que combaten esta crisis sanitaria en primera línea.
- Ámbito de impacto: Reconocimiento.



- Mercadona, en colaboración con la Unidad Militar de Emergencias (UME), entrega productos básicos de higiene al Hospital de Campaña de Ifema.
- Con esta nueva acción Mercadona ha donado en la Comunidad de Madrid 60 toneladas de alimentos y productos básicos de higiene, tanto al hospital de campaña de Ifema como a entidades sociales.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Apoyo a la investigación.
- Apoya al Instituto Jenner a alcanzar el primer hito en la producción de una vacuna contra el COVID-19. El equipo de trabajo conjunto ha reducido el tiempo del proceso de un año a dos meses, un paso crítico para la producción de la vacuna contra el COVID-19.
- Ámbito de impacto: Relacional.



- Cuatro horas de asistencia tecnológica gratuita para ayudar a las organizaciones a enfrentarse a la COVID-19.
- Con el fin de facilitar el despliegue de soluciones trabajo y aprendizaje remoto durante esta situación de emergencia, los partners de Microsoft asociados a la plataforma "Todos Desde Casa" ponen a disposición de las organizaciones que lo soliciten cuatro horas de asesoría especializada gratuita para poner en marcha sus proyectos. De esta manera, cada empresa, centro educativo o administración local podrá identificar sus necesidades y habilitar el entorno del trabajo en remoto para poder continuar con la actividad con el mínimo impacto negativo posible.
- Ámbito de impacto: Económico.



- Mutua destinará otros 45 millones a medidas en apoyo de asegurados, autónomos y pymes.
- La empresa destinará 25 millones de euros para asumir parte del coste del seguro de sus mutualistas que pierdan su trabajo y de los autónomos que hayan cesado su actividad.
- Ámbito de impacto: Económico.



- Mutualidad de la Abogacía - Paquete de ayudas mutualistas.
- Ayuda económicas y sociales para mutualistas afectados por la situación generada por la COVID-19.
- Ámbito de impacto: Económico.



- Farmalastic crea contenidos digitales para ayudar a paliar las consecuencias físicas del confinamiento.
- Ogilvy Barcelona firma los nuevos contenidos en redes sociales y en el blog de Farmalastic, que, bajo el hashtag #MeMantengo en Movimiento, plantean ejercicios que se pueden hacer en casa para combatir el sedentarismo de estos días de confinamiento.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Orange - #pacienteconectadoCOVID19.
- Han repartido 10.000 tablets con conexión a internet en hospitales y residencias de mayores de las zonas más afectadas por el coronavirus.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Pfizer y BioNTech desarrollarán juntas la potencial vacuna de la COVID-19
- La colaboración pretende acelerar el desarrollo global de la vacuna BNT162, aprovechando la experiencia y los recursos de ambas compañías.
- Ámbito de impacto: Conocimiento.



- PwC - Helpdesk Solidario.
- Canal de ayuda para resolver dudas fiscales, laborales, legales relacionadas con las medidas de urgencia.
- Ámbito de impacto: Económico.



- Fundación Randstad lanza talleres *online* gratuitos para personas con discapacidad
- Ante la situación actual, las personas con discapacidad son un colectivo vulnerable que se está viendo afectado por la coyuntura, no sólo sanitaria que implica el virus COVID-19, también por la laboral y social. Por ello, desde Fundación Randstad afirman que se busca seguir dándoles apoyo y seguimiento para minimizar el impacto que puedan tener en su empleabilidad. A través de estos talleres se ofrecerá formación a cerca de 150 personas con discapacidad en las próximas semanas.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Cruz Roja Responde.
- Red Eléctrica se suma al proyecto "Cruz Roja Responde", una iniciativa lanzada por la ONG que pretende cubrir las necesidades básicas de 25.000 familias vulnerables.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Campaña solidaria con Cruz Roja ante la COVID-19.
- En Repsol y su Fundación se unen al Plan Cruz Roja RESPONDE para atender las necesidades de las personas más vulnerables ante el coronavirus en España. Hemos puesto en marcha una campaña solidaria en la que los empleados de la compañía podrán realizar una donación que se destinará íntegramente a este programa. Además, desde Fundación realizaremos una aportación adicional para colaborar con esta iniciativa. #JuntosLoConseguiremos.
- Ámbito de impacto: Relacional.



- Paquete de medidas extraordinarias por el COVID-19.
- Bonificación del 100% del 'royalty' y la creación de un Departamento de Soporte para atender e informar de las medidas a adoptar en cada momento, así como dar soporte en asuntos como: personal, cierre de establecimiento decretado por las autoridades, alquileres, ayudas públicas, etc. Esta sección estará disponible 24 horas siete días a la semana.
- Ámbito de impacto: Económico.



- Acciones realizadas por Sacyr durante la COVID-19.
- La noticia recoge las iniciativas solidarias realizadas por Sacyr frente a la COVID-19. Destacan la donación de comida y equipos sanitarios, plazas de aparcamiento gratuitas para sanitarios, etc.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Salesforce Care: Soluciones gratuitas de respuesta rápida para ayudar a las empresas a lidiar con la COVID-19.
- Salesforce Care ofrece un conjunto de soluciones gratuitas para ayudar a las empresas de cualquier sector a mantenerse en contacto con sus diferentes audiencias, incluso cuando todo el mundo trabaja de forma remota.
- Ámbito de impacto: Económico.



- Santalucía - Medidas para clientes frente a la COVID-19.
- Santalucía ha activado un conjunto de acciones destinadas a prestar apoyo financiero a sus clientes, facilitando el aplazamiento o fraccionamiento del pago de sus recibos. Ha establecido además las medidas necesarias para asegurar la prestación de sus servicios, como canales de comunicación remotos y videoperitación.
- Ámbito de impacto: Económico.



Schindler

- Kit de saneamiento.
- Con el objetivo de que la vuelta a la normalidad sea lo más segura posible, la compañía de ascensores y escaleras mecánicas Schindler Iberia ha lanzado para sus clientes un kit de saneamiento para sus equipos.
- Ámbito de impacto: Relacional.



- Delmas cede gratis la logística de Seur para donaciones.
- Tanto a través de su red en toda España, como a través de Fundación SEUR, la compañía está transportando y entregando de manera gratuita las donaciones de sus clientes al personal sanitario.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Acciones de Siemens España en la lucha contra la COVID-19.
- La noticia muestra diferentes iniciativas de Siemens como la donación de 100.000 guantes de nitrilo, 1000 power banks, y la colaboración con UNICEF.
- Ámbito de impacto: Organizacional.



- Lecciones tempranas.
- Hablamos con los líderes en China de las empresas estatales, las empresas privadas, las empresas de nueva creación y las multinacionales que experimentaron la primera ola de esta crisis por sus perspectivas. Esperamos que los líderes y organizaciones de todos los países puedan beneficiarse de estas primeras lecciones.
- Ámbito de impacto: Relacional.

SUPRACAFÉ[®]

Somos lo que sembramos

- Donación de café.
- Donación del café de los empleados a los profesionales sanitarios de los Hospitales Universitarios de Getafe y La Paz.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Respuesta a la pandemia de COVID-19.
- Prácticamente la totalidad de la plantilla se encuentra teletrabajando. En el resto de nuestros centros de trabajo hemos adoptado también medidas de precaución que nos permiten seguir trabajando para nuestros clientes, manteniendo la seguridad de nuestro personal y subcontratistas.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.

Telefonica

- Telefónica compra 150 toneladas de equipamiento sanitario y desarrolla toda la logística para su entrega en España.
- Telefónica ha dispuesto un presupuesto de 25 millones de euros y ha dedicado a tiempo completo un equipo de 50 personas de varias áreas de la compañía para conseguir, adquirir y traer el material.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.

TENDAM
GLOBAL FASHION RETAIL

- TENDAM dona más de 1 millón de euros en prendas de ropa y gestiona la llegada de material sanitario, por valor superior a 1 millón de euros.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Información e investigación en Twitter.
- Desde Twitter han puesto en marcha diferentes acciones para seguir protegiendo la conversación pública sobre la COVID-19, entre ellas: apoyo con crédito publicitario -Ads For Good- a organizaciones sin ánimo de lucro para asegurarnos de que puedan crear campañas para verificar los hechos y obtener información de salud.
- Ámbito de impacto: Conocimiento.

vocento

- Vocento lleva de manera gratuita el periódico ABC y sus revistas a los hospitales madrileños.
- Los medios de comunicación han sido declarados un sector esencial en una España cerrada por la crisis de la COVID-19. Vocento, además de mantener su compromiso de informar y de seguir llegando puntualmente a los quioscos, se ha sumado a las iniciativas solidarias y desde el día 1 de abril distribuye el periódico ABC y las revistas Mujerhoy, XLSemanal, Código Único y Hoy Corazón de manera gratuita en más de veinte hospitales de la Comunidad de Madrid que así lo han solicitado.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



- Hospital Vodafone: Soluciones Vodafone.
- Ante el estado de alarma generado por la COVID-19, Vodafone, con la colaboración de sus partners, ofrece de forma gratuita un conjunto de soluciones a los equipos de IFEMA para dotarle de una infraestructura sólida de comunicaciones y servicios orientados a mejorar la coordinación sanitaria, así como el bienestar de los pacientes.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.

**Willis
Towers
Watson**

- Willis Towers Watson da acceso gratuito a servicios de telemedicina 24/7 durante el estado de alerta.
- El servicio Telewellbeing proporciona además consejos nutricionales y entrenamiento emocional y físico para ayudar a sobrellevar la actual situación a quienes han de trabajar desde casa.
- Ámbito de impacto: Bienestar social.



Deloitte hace referencia, individual o conjuntamente, a Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL") (private company limited by guarantee, de acuerdo con la legislación del Reino Unido), y a su red de firmas miembro y sus entidades asociadas. DTTL y cada una de sus firmas miembro son entidades con personalidad jurídica propia e independiente. DTTL (también denominada "Deloitte Global") no presta servicios a clientes. Consulte la página <http://www.deloitte.com/about> si desea obtener una descripción detallada de DTTL y sus firmas miembro.

Deloitte presta servicios de auditoría, consultoría, asesoramiento financiero, gestión del riesgo, tributación y otros servicios relacionados, a clientes públicos y privados en un amplio número de sectores. Con una red de firmas miembro interconectadas a escala global que se extiende por más de 150 países y territorios, Deloitte aporta las mejores capacidades y un servicio de máxima calidad a sus clientes, ofreciéndoles la ayuda que necesitan para abordar los complejos desafíos a los que se enfrentan. Los más de 312.000 profesionales de Deloitte han asumido el compromiso de crear un verdadero impacto.

Esta publicación contiene exclusivamente información de carácter general, y ni Deloitte Touche Tohmatsu Limited, ni sus firmas miembro o entidades asociadas (conjuntamente, la "Red Deloitte"), pretenden, por medio de esta publicación, prestar un servicio o asesoramiento profesional. Antes de tomar cualquier decisión o adoptar cualquier medida que pueda afectar a su situación financiera o a su negocio, debe consultar con un asesor profesional cualificado. Ninguna entidad de la Red Deloitte será responsable de las pérdidas sufridas por cualquier persona que actúe basándose en esta publicación.

Fundación SERES, se constituyó el 18 de febrero de 2010 como plataforma de conocimiento en materia de acción social. Promueve el compromiso de las empresas en la mejora de la sociedad con actuaciones responsables alineadas con la estrategia de la compañía y generando valor para todos, inspirando la gestión social estratégica.

La información que aparece es aportada por las distintas empresas. Deloitte y Fundación SERES no realizan comprobación alguna de la exactitud, actualización y veracidad de los contenidos y datos que los usuarios facilitan, exonerándose de toda responsabilidad.

© 2020 Para más información, póngase en contacto con Deloitte Consulting, S.L.U. o Fundación SERES.

Diseñado y producido por el Dpto. de Marketing & Brand.