

PÍLDORAS DE INVESTIGACIÓN

RESPUESTA CIUDADANA COVID-19

LAS INICIATIVAS DE SOLIDARIDAD PRIVADA
DURANTE LA CRISIS DEL CORONAVIRUS



PÍLDORAS DE INVESTIGACIÓN

RESPUESTA CIUDADANA COVID-19

LAS INICIATIVAS DE SOLIDARIDAD PRIVADA
DURANTE LA CRISIS DEL CORONAVIRUS

ISSN: 2695-5709
SEPTIEMBRE 2020, MADRID



IRUNE ARIÑO LANGARITA
POLÍTÓLOGA POR LA UNIVERSIDAD POMPEU FABRA
SUBDIRECTORA DEL IJM



INSTITUTO
JUAN DE MARIANA

I. INTRODUCCIÓN

La pandemia provocada por la COVID-19 ha representado un desafío al que nunca nos habíamos enfrentado antes. Una pandemia generada por un virus que ha infectado a millones de personas en todo el planeta y que ha dejado centenares de miles de muertos. Un virus relativamente desconocido que ha puesto en jaque la capacidad de nuestros sistemas de sanidad.

En España, uno de los países en los que el virus ha golpeado más fuertemente, hemos visto a unos representantes públicos reaccionar tarde, de forma lenta y poco transparente. El virus no solo ha golpeado nuestra sanidad, sino también nuestra economía. Miles de empresas han tenido que cerrar y cientos de miles de personas se han quedado sin empleo o han visto disminuidos sus ingresos de forma considerable. Sin embargo, hemos contado con una ciudadanía más comprometida que nunca, que ha respondido espontáneamente y de forma más rápida.

Los ciudadanos, pese a las dificultades económicas o las limitaciones de movimiento y la necesidad de mantener la distancia social, no han parado de ayudarse entre ellos durante estos meses. Entretenimiento desde los balcones, transporte gratuito de personas y envío de productos, donaciones

monetarias y en especie, transporte de material sanitario o comunidades de vecinos organizadas para hacer la compra a personas vulnerables han sido solo algunas de las iniciativas solidarias que tanto el mundo empresarial como la sociedad civil españolas han llevado a cabo para hacer frente a la crisis del coronavirus. Ejemplos de nuestro gran capital social y del poder de las redes de confianza comunitarias.

Internet, las redes sociales y las nuevas tecnologías han sido el mejor aliado. Unas herramientas que nos han servido para mantener esos lazos sociales, generar nuevos y coordinar el apoyo para los más necesitados. Y desde el Instituto Juan de Mariana hemos querido poner esto en valor. Por ello hemos creado una web en la que hemos recopilado más de mil iniciativas solidarias que han surgido a lo largo de estos meses en nuestro país.

II. METODOLOGÍA

La base de datos Solidaridad privada COVID-19 contiene 1038 iniciativas solidarias llevadas a cabo durante la crisis del coronavirus en España, aunque sigue actualizándose hasta la fecha. Los datos aparecen agrupados por:

- Sector principal
- Tipo de iniciativa
- Categoría de la iniciativa
- Perímetro de la iniciativa
- Tipo de organización
- Domicilio social de la organización
- Tamaño de la organización
- Impacto de la iniciativa

Estos datos han sido recopilados y estructurados a partir de iniciativas comunicadas de forma oficial por las empresas y organizaciones, así como a través de directorios especializados que también se han dedicado a recopilar iniciativas de diversos sectores. Entre estos directorios destacan los de la CEOE, CEPES, Fundaciones.org o Vecdis. En los casos en los que no se ha producido un comunicado oficial, por medio de una nota de prensa o de las redes sociales, hemos obtenido la información a través de noticias de diferentes medios de comunicación.

En lo que a la primera categorización se refiere, por sectores, esta subdivisión se

ha hecho atendiendo al sector principal de la empresa matriz. Por el momento hemos utilizado una clasificación en 55 sectores, aunque esta puede ampliarse según lo necesiten las nuevas iniciativas. Uno de estos sectores ('Varios') agrupa aquellas iniciativas que se han emprendido por más de una organización perteneciente a distintos sectores. La distribución ha intentado respetar las clasificaciones tradicionales por sector empresarial, sin embargo, para facilitar la comprensión y la presentación de los datos, hemos aplicado algunos cambios. También hemos acomodado a organizaciones y agrupaciones informales de individuos (p. ej., redes vecinales).

Posteriormente hemos indicado el nombre de la empresa principal (matriz) y el nombre de la fundación empresarial, filial o marca comercial que ha llevado a cabo la iniciativa en cada caso. A continuación hemos incluido un enlace a la nota de prensa, la web de la iniciativa o la noticia que explica la iniciativa y proporciona más detalles.

Hemos elaborado una clasificación de las iniciativas por tipos con base en las siguientes categorías:

- Apoyo emocional
- Cesión gratuita de servicio
- Contenido educativo

- Coordinación de servicios
- Descuento
- Diseño plataforma
- Donación de alimentos
- Donación de material sanitario
- Donación de material (otro)
- Donación monetaria
- Entretenimiento
- Flexibilización de pagos
- Gestión de voluntarios
- Otra
- Priorización de colectivos vulnerables
- Recaudación de fondos
- Recompensa a personal esencial
- Recompensa a otros trabajadores

Aparte de realizar una clasificación de iniciativas por tipo más detallada, las hemos dividido según si estas han sido en especie o monetarias.

En cuanto al perímetro de la iniciativa, hemos querido reflejar el alcance de las mismas. Muchas veces, una iniciativa generada desde una cuenta de Instagram puede tener un alcance mundial gracias al poder de las redes sociales y, por lo tanto, no solo se circunscribe al país en el que había surgido o a la población a la que pretendía ayudar o impactar. Así, hemos querido dividir las iniciativas entre aquellas de alcance mundial, nacional, regional, provincial, municipal y vecinal.

Otra cuestión que hemos considerado importante incluir es el tipo de organización que llevó a cabo cada iniciativa. Nos parecía importante saber si los que más recursos

movilizaron eran empresas, asociaciones, fundaciones o, incluso, particulares. Cabe destacar en este punto que no hemos incluido aquellas iniciativas que han sido promovidas directamente desde el poder público, así como desde organizaciones o empresas públicas. Nuestro objetivo con este proyecto es dar visibilidad a la iniciativa privada y la organización de la sociedad civil, y ese tipo de organizaciones no encaja en su definición.

Asimismo, hemos querido saber el domicilio social de estas entidades, así como su tamaño. Hemos utilizado la clásica categorización en pequeñas (S), medianas (M) y grandes (L) empresas (u organizaciones) y hemos añadido una cuarta subdivisión (XL) para las empresas multinacionales u organizaciones con sedes en varios países.

Finalmente, hemos añadido una categoría que nos permite saber si el impacto de la iniciativa ha sido hacia la sociedad en general (ya sea ONG, colectivos vulnerables, pacientes, sanitarios y otro personal esencial...) o bien ha tenido un impacto única y exclusivamente en la propia empresa u organización (por ejemplo, las recompensas económicas a trabajadores que algunos supermercados dieron durante el estado de alarma).

III. RESULTADOS

Resultados generales

El análisis preliminar de las 1038 iniciativas que ya llevamos recopiladas nos muestra que la mayoría de estas provienen del sector de los servicios financieros (ver figura 1), en su mayoría bancos, aseguradoras y fondos de inversión. Y concretamente de aseguradoras como Mapfre, Mutua Madrileña o Zurich. Dentro de este sector, el tipo de iniciativa más popular ha sido las donaciones monetarias a través de la creación de fondos de inversión, en su mayoría para ONG como Cruz Roja. Este sector representa casi un 24% de las iniciativas totales.

Los sectores de la alimentación y la distribución han sido el segundo y tercer sector en número de iniciativas, pues han representado casi un 19% (un 12,3% y un 6,5% respectivamente). Su contribución ha sido a través de la donación de alimentos a ONG como el Banco de Alimentos y a hospitales y centros de salud.

En cuarto lugar, el sector de la tecnología de la información y la comunicación también se ha volcado con la pandemia, sobre todo a través de la cesión gratuita de sus servicios, así como la donación de material tecnológico como las tablets, que no solo han ayudado a los pacientes infectados por coronavirus a comunicarse con sus familias, sino también a muchos menores a poder seguir recibiendo su formación en línea. Ha sido particularmente importante para las familias con menos recursos, para las que la barrera tecnológica suponía un escollo a la hora de asegurar la continuidad en la formación de sus hijos.

Figura 1. Top 5 sectores más solidarios



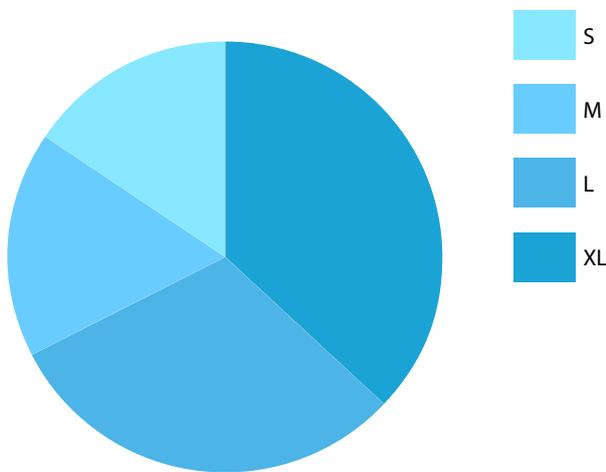
Fuente: elaboración propia a partir de los datos disponibles en www.respuestaciudadanacovid19.com

La mayoría de iniciativas recopiladas en esta base de datos han sido promovidas por multinacionales, organizaciones o empresas grandes (de más de 250 trabajadores y con sedes en varios países). Sin embargo, el papel de las microorganizaciones (de menos de 50 trabajadores) ha sido también muy relevante, pues representan alrededor del 15% del total de iniciativas (ver figura 2). Cabe reconocer que, no solo las empresas de gran tamaño disponen de más recursos (económicos y humanos) para ayudar a los más necesitados, sino que normalmente es mucho más fácil encontrar información acerca de sus acciones solidarias. Estas disponen de páginas web actualizadas en

la que publican notas de prensa periódicamente, e incluso los medios de comunicación suelen prestarles más atención. Además, también parte de su estrategia de Responsabilidad Social Corporativa radica en ello. El reto al que nos enfrentamos a partir de ahora es conseguir recopilar más información de asociaciones vecinales y microorganizaciones.

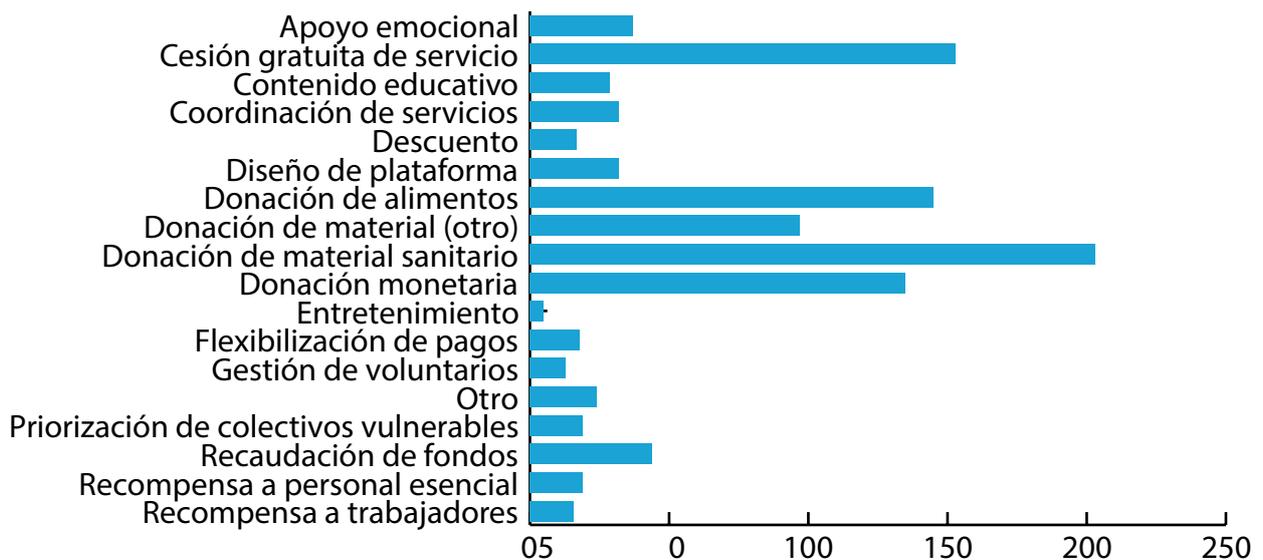
En cuanto a los tipos de iniciativa más comunes, destaca muy por encima de las demás la donación de material sanitario (ver figura 3). La escasez de equipos de protección individual que hemos sufrido durante las semanas más críticas de la pandemia, los problemas con el aprovisionamiento gubernamental de los mismos y la falta de previsión inicial han hecho del material sanitario un bien muy preciado. Asimismo, parte de esas donaciones tuvieron lugar en los diferentes hospitales de campaña que se organizaron en algunas ciudades para descongestionar una sanidad que, por momentos, rebasaba su capacidad. El hospital de campaña que más donaciones ha recibido, y también el que más capacidad tenía, fue el creado en las instalaciones de Ifema en Madrid.

Figura 2. Iniciativas por tamaño de la organización



Fuente: elaboración propia a partir de los datos disponibles en www.respuestaciudadanacovid19.com

Figura 3. Iniciativas por tipo



Fuente: elaboración propia a partir de los datos disponibles en www.respuestaciudadanacovid19.com

Pero también la cesión gratuita de servicios, así como las donaciones monetarias y de otro tipo de bienes (sobre todo los aparatos tecnológicos) han sido muy relevantes.

El resto de gráficos están disponibles en los anexos de este documento así como en la propia página web.

IV. CONCLUSIONES

Pese a que todavía la muestra obtenida no captura la totalidad de la movilización de recursos que se produjo en los meses en los que duró el estado de alarma, y después de este en España, se aproxima de forma bastante fiel a lo que ha sido el mapa de la solidaridad privada en nuestro país en los últimos meses. Sin embargo, es evidente que este estudio tiene limitaciones. Desde la capacidad económica y los recursos humanos dedicados a la recopilación de datos a su análisis. Asimismo, y pese a que las redes sociales han facilitado mucho la tarea, no ha sido tan fácil acceder a información de empresas u organizaciones pequeñas, y menos aún de particulares u organizaciones informales (por ejemplo, las comunidades de vecinos). Pero es evidente que se pueden sacar algunas conclusiones bastante claras.

Algunas de estas conclusiones merecen ser destacadas y tomadas incluso como enseñanzas para situaciones futuras. La primera de ellas es que el sector privado tiene una capacidad de respuesta más rápida y más adaptativa a las necesidades de los individuos. De todas las iniciativas que conseguimos situar cronológicamente, un 40% surgieron en marzo (mes en el que se declaró el estado de alarma, declaración que no se produjo hasta el 15 de marzo, como cabe recordar) y un 85% en marzo y abril. Una menor burocratización, así como un menor tamaño y una mayor cercanía con sus clientes o usuarios hacen del sector privado

(tanto a través de empresas como de organizaciones de la sociedad civil) un instrumento más eficiente de respuesta en situaciones críticas. La pandemia del coronavirus ha sido una de ellas, sin embargo, la historia nos muestra otros ejemplos.

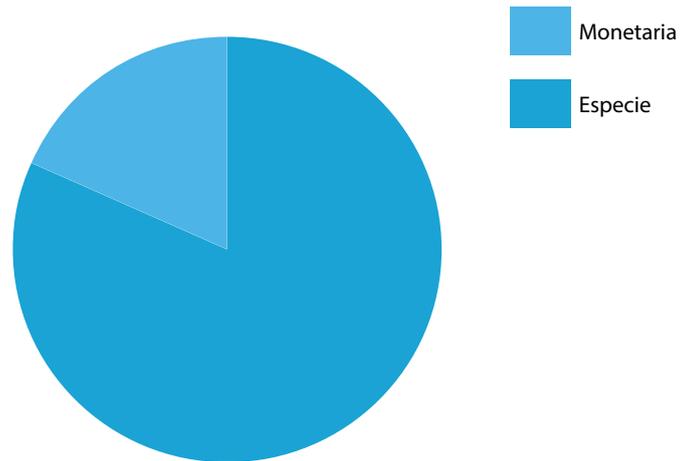
Por una cuestión de empatía, autoestima, reputación, culpa o reciprocidad, los individuos tienen una clara tendencia a ayudar a los demás, sobre todo en situaciones difíciles. En España esto ha sido especialmente visible, también durante la pasada crisis económica.

Un próximo paso, aparte de ampliar la muestra que ya tenemos, sería un análisis del impacto económico que estas iniciativas han tenido para los ciudadanos, algunos de los cuales han podido comer gracias a los bancos de alimentos y mantener a sus hijos conectados y siguiendo las clases gracias a la donación de aparatos tecnológicos con conexión a Internet.

En definitiva, el rol de la solidaridad privada no solo ha sido clave durante la crisis sanitaria, sino que también lo va a ser para aliviar la situación de las familias que se van a ver más afectadas por la crisis económica.

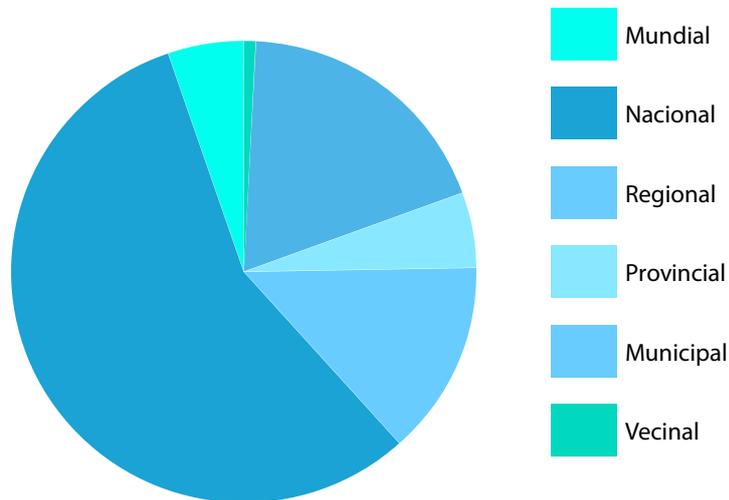
ANEXO

Figura 1. Categoría de iniciativa



Fuente: elaboración propia a partir de los datos disponibles en www.respuestaciudadanacovid19.com

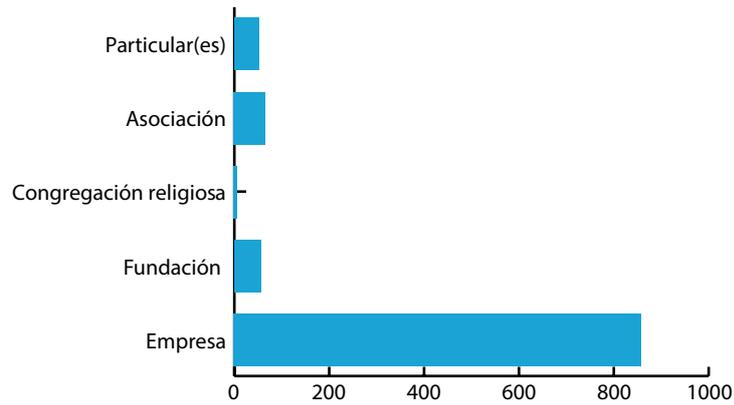
Figura 2. Perímetro de iniciativa



Fuente: elaboración propia a partir de los datos disponibles en www.respuestaciudadanacovid19.com

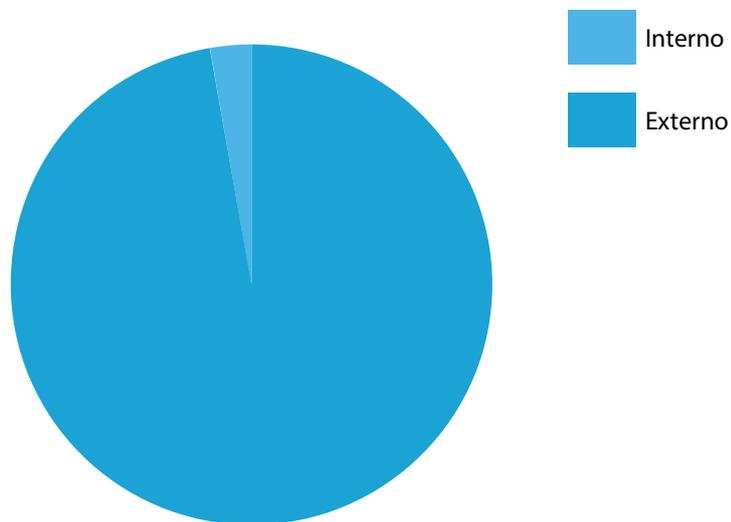
ANEXO

Figura 3. Tipo de organización



Fuente: elaboración propia a partir de los datos disponibles en www.respuestaciudadanacovid19.com

Figura 4. Iniciativas por impacto



Fuente: elaboración propia a partir de los datos disponibles en www.respuestaciudadanacovid19.com