

L'IMPACTE DE LA PANDÈMIA EN LA RESPONSABILITAT SOCIAL CORPORATIVA DE LES EMPRESES DE GIRONA AMB MÉS FACTURACIÓ

Grau en Publicitat i Relacions Públiques

AUTOR

Núria Gubau i Puig

DIRIGIT PER

Sergi Font Domènech

RESUM

La responsabilitat social corporativa és un concepte cada vegada més integrat per les empreses. No obstant això, és un terme complex, ja que presenta una confusió terminològica. Principis com la triple dimensió, el desenvolupament sostenible o el benestar social són els principals conceptes que apareixen en les múltiples definicions i estudis realitzats sobre els àmbits d'actuació de la responsabilitat social corporativa.

L'objectiu principal d'aquest treball és analitzar l'impacte que ha tingut la pandèmia de la Covid-19 en els àmbits de la responsabilitat social corporativa de les empreses més rellevants en funció de la seva facturació de la comarca de Girona.

Es durà a terme una recerca bibliogràfica de fonts secundàries on es parlarà del concepte i les múltiples definicions de la responsabilitat social corporativa segons diferents personalitats i estudis realitzats i quins són els principals àmbits que la conformen. D'altra banda, s'analitzarà el context actual de crisi sanitària definida com a pandèmia i la situació social i econòmica de Girona per tal de buscar una relació entre els termes pandèmia i responsabilitat social corporativa, sempre aplicat a les empreses de Girona.

Posteriorment es durà a terme una metodologia qualitativa en format entrevista en profunditat a les principals empreses de Girona en funció de la seva facturació per tal de complementar les dades bibliogràfiques i contrastar la hipòtesi inicial.

Per últim, un cop finalitzada la part metodològica, s'analitzaran els resultats obtinguts a partir de les diferents comunicacions personals que s'han establert amb les empreses per tal d'obtenir unes conclusions en relació als objectius plantejats a l'inici del treball.

Paraules clau: responsabilitat social corporativa, sostenibilitat, pandèmia, crisi, COVID-19

ABSTRACT

Corporate social responsibility is a concept that is increasingly integrated by companies. However, it is a complex term as there exist a confusion over terminology. Standards such as the triple dimension, sustainable development or social well-being are the main concepts that appear in the many definitions and studies carried out on the corporate social responsibility areas.

The main objective of this work is to analyse the impact that the Covid-19 pandemic has had on the corporate social responsibility areas of the most relevant companies according to their turnover in the Girona area.

A bibliographic search of secondary sources will be carried out in which the concept and the multiple definitions of corporate social responsibility according to different personalities and studies will be discussed, as well as the main areas that set it up. On

the other hand, the current context of the health crisis defined as a pandemic and the social and economic situation in Girona will be analysed in order to find a relationship between the terms pandemic and corporate social responsibility, always applied to companies in Girona.

Subsequently, a qualitative methodology will be carried out by in-depth interviews with the main companies in Girona to complement the bibliographical data and to contrast the initial hypothesis.

Finally, once the methodological part has been completed, the results obtained from the different personal communications established with the companies will be analysed in order to obtain conclusions in relation to the objectives set out at the beginning of the study.

Keywords: corporate social responsibility, sustainability, pandemic, crisis, COVID-19

ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ	0
2. PLANTEJAMENT DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓ	2
3. MARC TEÒRIC	3
<i>Responsabilitat social corporativa</i>	3
<i>Pandèmia COVID-19</i>	6
<i>Responsabilitat social corporativa i COVID-19</i>	7
4. METODOLOGIA	9
5. ANÀLISI DELS RESULTATS	10
6. CONCLUSIONS	17
7. BIBLIOGRAFIA	19

ÍNDEX DE TAULES

Taula 1. Les 5 dimensions de la responsabilitat social corporativa segons Dalhsrud.....	4
Taula 2. Classificació dels àmbits materials abans i després de la COVID-19 segons DIRSE....	8
Taula 3. Àmbits d'inversió les accions de RSC de les empreses de Girona abans de la pandèmia.....	11
Taula 4. Àmbits d'inversió de les accions de RSC de les empreses de Girona durant de la pandèmia.....	12
Taula 5. Taula comparativa dels àmbits d'inversió de les accions de RSC abans i durant la pandèmia.....	13
Taula 6. Tant per cent d'Inversió del pressupost total en accions de RSC.....	15
Taula 7. Tant per cent d'inversió segons l'àmbit de la RSC l'any 2019 i 2020.....	16

ÍNDEX D'IL·LUSTRACIONS

Il·lustració 1. Els 3 àmbits de la Responsabilitat Social Corporativa.....	5
---	----------

1. INTRODUCCIÓ

L'elecció del tema d'aquest treball es basa en el concepte de la responsabilitat social corporativa i en els principals àmbits en els què actua en les empreses de Girona més rellevants segons la seva facturació.

Es podria pensar que no existeix cap relació entre empresa i responsabilitat social corporativa, ja que una té com a objectiu els beneficis econòmics mentre que la segona pretén aconseguir un benestar social. Tot i així, aquests dos conceptes van esdevenint més dependents un de l'altre i la relació que els uneix és més estreta.

Cada vegada se li dóna més importància a les accions que duen a terme les empreses ja que la societat és més conscient sobre la problemàtica del medi ambient i del benestar social. És per això que he decidit fer el treball sobre aquest tema i saber com afecta al meu entorn més proper, en aquest cas quin paper juga la responsabilitat social corporativa en les empreses de la comarca de Girona.

La responsabilitat social corporativa és un concepte complex, ja que, com es veurà en l'estudi del treball, presenta una confusió terminològica. Principis com la triple dimensió, el desenvolupament sostenible o el benestar social són els principals conceptes que apareixen en les múltiples definicions i estudis realitzats. Segons algunes personalitats, aquesta incertesa és causada per la insuficient distinció entre termes, i segons altres, és perquè sovint les empreses s'inclinen cap a interessos específics.

No obstant això, la responsabilitat social corporativa és una forma de gestionar la presa de decisions amb un alt compromís, en general, amb la societat i el medi ambient. Una estratègia que s'ha convertit en una eina molt beneficiosa, tant per les empreses com per tots els que es veuen afectats per l'activitat que realitzen.

En aquest treball es parlarà sobre la relació que hi ha entre els termes empresa i responsabilitat social corporativa i quins són els principals àmbits que la conformen; el context actual de crisi sanitària a Catalunya i, més en concret, a Girona, i com ha afectat aquesta als principals àmbits de responsabilitat social corporativa.

El principal objectiu d'aquest treball és estudiar i analitzar com la pandèmia de la COVID-19 ha canviat les prioritats dels àmbits d'inversió d'accions de responsabilitat social corporativa de les empreses gironines més rellevants en funció de la seva facturació.

Per comprovar si la hipòtesi inicial és vertadera o no, es durà a terme una recerca i anàlisi de fonts bibliogràfiques secundàries per poder entendre els conceptes i adquirir els coneixements necessaris. Seguidament, amb la metodologia qualitativa en format entrevista en profunditat es podran obtenir uns resultats que ajudaran a desenvolupar l'estudi per tal d'assolir els objectius inicials i poder obtenir unes conclusions.

2. PLANTEJAMENT DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓ

D'acord amb la situació actual de crisi sanitària, social i econòmica que s'està vivint, es vol comprovar si la pandèmia de la COVID-19 té algun tipus de relació amb la responsabilitat social corporativa i si aquesta ha canviat les prioritats dels àmbits d'inversió d'accions de responsabilitat social corporativa de les empreses gironines.

Per tal de confirmar, o no, la hipòtesi inicial, es marquen un seguit d'objectius. En el meu cas, consta d'un objectiu general i tres d'específics.

L'objectiu general de la investigació és analitzar l'impacte que ha tingut la pandèmia de la COVID-19 en els àmbits de la responsabilitat social corporativa de les 20 empreses més rellevants en funció de la seva facturació de la comarca de Girona durant el 2020.

Per tal d'aconseguir aquest objectiu i poder confirmar la hipòtesi inicial, es defineixen tres objectius específics:

1. Definir què és la responsabilitat social corporativa i la seva importància dins les empreses. Conèixer a quins conceptes s'associa i en quins àmbits actua.
2. Identificar les vint empreses més rellevants de la comarca de Girona en funció de la seva facturació els anys 2019 i 2020.
3. Comparar la responsabilitat social corporativa i els seus àmbits d'actuació de les 20 empreses seleccionades respecte l'any 2019.

3. MARC TEÒRIC

Responsabilitat social corporativa

A l'hora de definir el concepte de responsabilitat social corporativa existeix una certa confusió terminològica, ja que no es coneixen les distincions amb els termes com responsabilitat social empresarial, responsabilitat social corporativa o responsabilitat social, que alhora, es poden confondre amb altres termes com desenvolupament sostenible o sostenibilitat. (Gomez Nieto & Martinez Dominguez, 2016)

Van Marrewijk, professor d'economia, explica que la incertesa es deu a què les definicions sovint s'inclinen cap a interessos específics i, per tant, impedeixen el desenvolupament i la implementació del concepte. (Marrewijk, 2003)

Freeman, filòsof i professor universitari nord-americà, conegut particularment pel seu treball sobre la teoria dels grups d'interès i l'ètica empresarial, explica també que l'empresa no només ha d'atendre els interessos dels seus accionistes, sinó també els interessos dels seus grups d'interès (*stakeholders*). Per tant, segons Freeman les estratègies d'èxit són aquelles que integren els interessos de totes les parts interessades, en lloc de maximitzar la posició d'un grup. (Freeman, 1984)

Un clar exemple és *El Llibre Verd de la Unió Europea*, un llibre que té com a objectiu iniciar un ampli debat sobre com la Unió Europea podria promoure la responsabilitat social corporativa tant a nivell europeu com internacional, on defineix la responsabilitat social corporativa com a "la responsabilitat social corporativa és la integració voluntària, per part de les empreses, de les preocupacions socials i ambientals en les seves operacions comercials i en les relacions amb els seus interlocutors." (Comissió Europea, 2001, pág. 7)

Qui va apuntar la confusió del terme de responsabilitat social corporativa, i que per tant reafirma la investigació de Gómez Nieto i Martínez Domínguez, va ser l'investigador universitari Alexander Dahlsrud, qui diu que hi ha una incertesa en la terminologia del concepte de la responsabilitat social corporativa. (Dahlsrud, 2006).

Des d'aquest plantejament, Dahlsrud analitza i estudia 37 definicions diferents del concepte de RSC de vint-i-set autors d'Europa, Amèrica, Índia i Canadà en un període de temps entre 1980 i 2003. Identifica cinc dimensions de la RSC mitjançant una anàlisi de contingut de les definicions i desenvolupa un esquema de codificació per obtenir una visió general de quines definicions feien referència a quines dimensions. (Dahlsrud, 2006).

Taula 1. Les 5 dimensions de la responsabilitat social corporativa segons Dalhsrud.

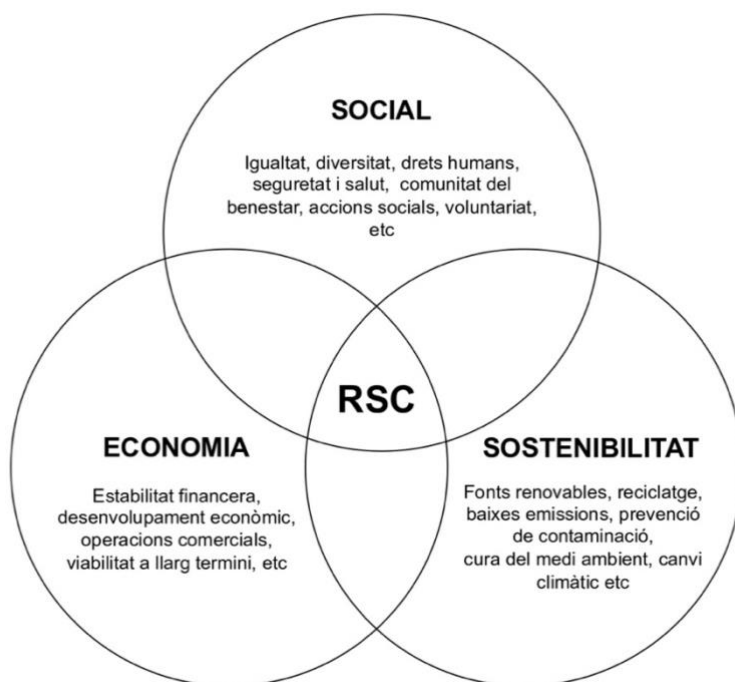
DIMENSIONS	CODIFICACIÓ DE LA REFERÈNCIA AMB LA DIMENSIÓ	FRASES D'EXEMPLE
1. Dimensió ambiental	El medi natural	"Un entorn més net" "Custòdia ambiental" "Preocupacions ambientals en les operacions comercials"
2. Dimensió social	La relació entre empresa i societat	"Contribuir a una societat millor" "Integrar les preocupacions socials en les seves operacions comercials"
3. Dimensió econòmica	Aspectes socioeconòmics o financers, inclosa la descripció RSC en termes d'operació d'empresa	"Contribuir al desenvolupament econòmic" "Preservar la rendibilitat" "Operacions comercials"
4. Dimensió "stakeholder"	Stakeholders o grups d'interès	"Interacció amb els seus grups d'interès" "Com les organitzacions interactuen amb els seus empleats, proveïdors, clients i comunitats"
5. Dimensió de voluntariat	Accions no contemplades per la llei	"Basat en valors ètics" "Més enllà de les obligacions legals" "Voluntari"

Font: Elaboració pròpia a partir de Dalhsrud (2006).

Per tant, Dahlsrud conclou que hi ha moltes definicions disponibles de RSC i que totes es refereixen constantment a cinc dimensions. Tot i que apliquen frases diferents, les definicions són predominantment congruents, cosa que fa que la manca d'una definició universalment acceptada sigui menys problemàtica del que podria semblar a primera vista. (Dahlsrud, 2006).

D'altra banda, així com Dahlsrud (2006) conclou que la responsabilitat social corporativa se centra en aquests 5 àmbits, John Elkington, expert en sostenibilitat i soci fundador de Volans, al 1994 crea concepte del triple compte de resultats, o *triple bottom line*, un terme que fa referència a l'impacte que té l'activitat d'una empresa en 3 dimensions: social, econòmica i ambiental. (Elkington, 1997)

II-il·lustració 1. Els 3 àmbits de la Responsabilitat Social Corporativa



Font: Elaboració pròpia a partir de Dalhsrud (2006) i Elkington (1997).

Per tant, la il·lustració anterior mostra els 3 principals àmbits de la responsabilitat social corporativa, ja que tant Elkington (1997) com Dalhsrud, coincideixen en aquests àmbits. Tot i així, les empreses també tenen com a objectiu, comptant amb la triple dimensió, atendre les necessitats dels grups d'interès així com realitzar accions voluntàries no contemplades per la llei, tal com explica Dalhsrud en el seu estudi. (Dalhsrud, 2006)

Howart Bowen, investigador, doctor i professor de la Universitat de Iowa, va ser el pioner en establir una relació entre una empresa i la societat, i per tant, és considerat per molts pare de la RSC.

Bowen defineix al seu llibre *Social Responsibilities of the Businessman* la responsabilitat social corporativa com les obligacions dels empresaris per impulsar polítiques corporatives per tal de prendre decisions que són desitjables en termes dels objectius i valors de la societat. (Bowen, 1953)

Mentre que Bowen (1953) defineix la responsabilitat social corporativa com a obligacions, altres personalitats més recents com Freeman (1984), Dalhsrud (2006) o Elkington (1997) ho relacionen amb l'ètica, la sostenibilitat i els *stakeholders*.

Per tant, tal com s'ha dit anteriorment, Dalhsrud va concloure que hi ha moltes definicions disponibles de RSC i totes són predominantment congruents, cosa que fa que la manca d'una definició universalment acceptada sigui menys problemàtica del que podria semblar a primera vista. (Dalhsrud, 2006).

D'altra banda, Milton Friedman (1970), economista, estadístic i intel·lectual nord-americà guanyador del Premi Nobel d'Economia, posa l'accent en el seu rebuig a la responsabilitat social de l'empresa. Friedman estableix que no es pot parlar estrictament sobre RSC, ja que els que adquireixen responsabilitats són les persones i no una corporació artificial. Els que han de ser responsables són els empresaris i propietaris que representen a les companyies. Friedman (1962), en el seu llibre *Capitalisme i Llibertat*, ho explica:

En aquesta societat hi ha una única responsabilitat social dels negocis: utilitzar els seus recursos i participar en activitats dissenyades per augmentar els seus beneficis, sempre que es mantingui dins de les regles del joc, és a dir, participi en competència lliure sense enganys ni fraus.” (pág. 133)

D'acord amb la teoria de Friedman (1970), altres investigadors com Syed Reza, professor i investigador en governança corporativa i Masulis, membre de l'Institut Europeu de Govern Corporatiu, argumenten que les empreses utilitzen estratègicament les accions RSC, ja que utilitzen les donacions corporatives per donar suport a organitzacions benèfiques on els consellers independents tenen afiliacions, cosa que pot enfortir els vincles socials i que, per tant, la donació d'empreses no és una eina de maximització del valor de l'empresa, sinó que serveixen per als interessos personals dels consellers delegats. (Masulis & Reza, 2014)

Altrament, hi ha autors que combinen les dues teories, com Bénabou, economista francès i Tirole, guanyador del premi Nobel d'economia, que diuen que aquests comportaments prosocials obeeixen a una barreja complexa de motivacions interdependents. En primer lloc, estan impulsats per un altruisme autèntic i intrínsec: en diversos graus, tots aspirem a fer el bé i ajudar. En segon lloc, i d'acord amb la teoria de Masulis i Reza (2014), poden aparèixer incentius materials: és més probable que donem a organitzacions benèfiques si les contribucions són deduïbles per impostos. I per últim, també ens mou la preocupació per l'autoestima i pel bé social. La nostra conducta defineix quin tipus de persona som als ulls dels altres i als nostres propis ulls. (Bénabou & Tirole, 2009)

Pandèmia COVID-19

L'actual situació de crisi sanitària provocada per la COVID-19 va ser declarada pandèmia per part de l'OMS el dia 11 de març de 2020 “pels alarmants nivells de propagació de la malaltia i per la seva gravetat, i pels nivells també alarmants d'inacció” (OMS, 2020, pág. § 20)

Segons l'OMS, una pandèmia és una afectació per malaltia a persones o animals al llarg d'una àrea geogràficament extensa, sigui un continent o el món sencer (OMS, 2010).

Segons la Universitat Johns Hopkins, des del desembre de 2019 fins a l'abril de 2021, la COVID-19 acumula més de 3 milions de defuncions. (Johns Hopkins Universitat, 2021)

Un estudi dut a terme per l'Observatori Social de la Fundació La Caixa afirma que l'impacte de la crisi de la COVID-19 en el mercat laboral és més intens en alguns països mediterranis com Espanya, ja que són els països amb una proporció més alta de llocs de treball en els sectors que s'han vist més afectats negativament per les mesures de confinament (hostaleria, lleure i serveis personals) (Fundació La Caixa, 2020)

Segons dades del Consell de Treball, Econòmic i Social de Catalunya, l'arribada de la COVID-19 a les economies occidentals ha obligat els governs a adoptar mesures de confinament per preservar la salut pública. Fins a abril de 2020, la destrucció d'ocupació es va traduir en un increment de l'atur de gairebé 22.000 persones a tot Catalunya. (Consell de Treball, Econòmic i Social de Catalunya. Generalitat de Catalunya, 2020)

De fet, el COPC, Col·legi Oficial de Psicologia de Catalunya, va publicar el març de 2021 els resultats de la primera enquesta sobre la salut mental dels espanyols durant la pandèmia de la COVID -19. Aquest estudi mostra com l'ansietat ha augmentat un 30% respecte abans de la pandèmia i els enquestats asseguren que els menors han sofert canvis d'humor, canvis en els hàbits de vida i canvis en el son. Amb tot això, afirmen també haver notat en els joves més por a relacionar-se, necessitat de tornar a sortir i tornar a la normalitat. (Col·legi Oficial de Psicologia de Catalunya, 2021)

Tal com explica el filòsof Temi Vives a un article del Diari de Girona, no només ens trobem davant d'una crisi sanitària i econòmica, sinó que estem davant d'un fet social total, és a dir, una crisi que afecta i convulsiona totes les institucions i actors socials. (Vives, 2021)

Responsabilitat social corporativa i COVID-19

Com diu Temi Vives (2021) i segons DIRSE, Associació Espanyola de Directius de Responsabilitat Social, l'actual crisi causada per la COVID-19 condicionarà radicalment el model de negoci de les empreses, així com el paper d'aquestes en la nova normalitat que es presenta. (DIRSE, 2020)

També així ho explica Andrew Crane, investigador i professor en direcció de màrqueting, negocis i societat, i Dirk Matten, economista i càtedra de Responsabilitat Social Corporativa, publiquen un estudi obre la COVID-19 i el futur de la RSC on es qüestionen el paper de la responsabilitat social corporativa. (Crane & Matten, 2020)

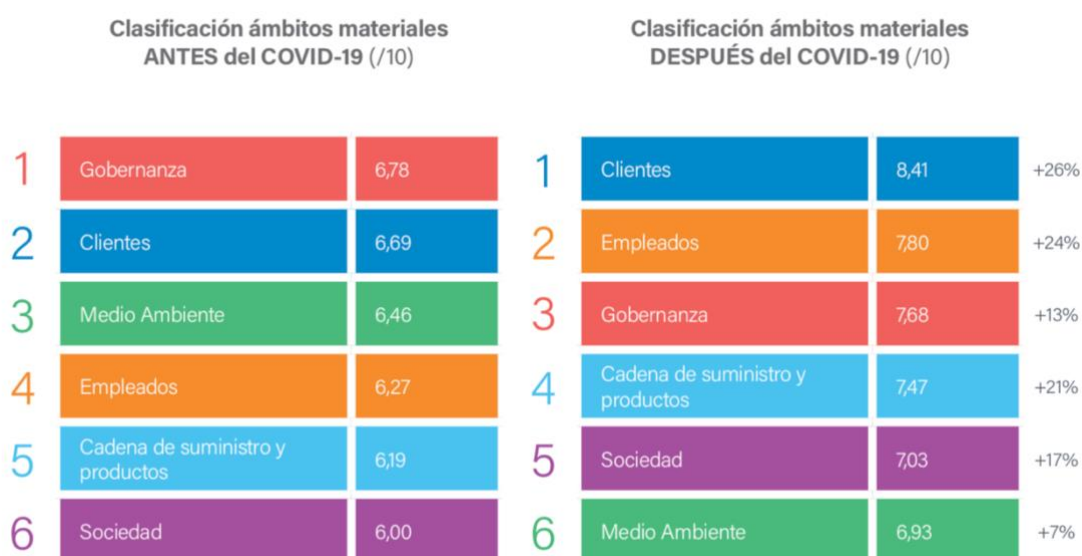
Per una banda, expliquen que està raonablement establert que el virus es va originar en els anomenats "mercats humits" de la Xina i que, per tant, es planteja la el paper de la responsabilitat empresarial a l'hora de prevenir aquestes pandèmies, lligades amb la

salut dels treballadors, clients, proveïdors així com els consens amb el medi ambient i la sostenibilitat. (Crane & Matten, 2020)

D'altra banda, expliquen que l'efecte que té la COVID-19 sobre les obligacions socials de les empreses de retenir o acomiadar els empleats, atendre els clients amb "serveis essencials" i altres impactes immediats, també situa les empreses al centre de la solució –o almenys de contenir– el problema. Per tant, la funció bàsica de les empreses per produir béns i serveis que atenen les necessitats i demandes socials queda ressaltada per la pandèmia. (Crane & Matten, 2020)

En l'estudi dut a terme per DIRSE sobre la responsabilitat social de corporativa de les empreses espanyoles es veu que en aquest context de canvi, els enquestats afirmen que tots els àmbits de la RSC augmentaran de rellevància, encara que canvien el seu pes relatiu així com l'ordre de prioritats dels temes específics. Els temes relacionats amb la seguretat i salut seran els temes prioritaris en l'època post-COVID-19. (DIRSE, 2020)

Taula 2. Classificació dels àmbits materials abans i després de la COVID-19 segons DIRSE.



Font: Associació Espanyola de Directius de Responsabilitat Social. (DIRSE, 2020)

DIRSE afirma que, segons els enquestats, aquests canvis en la funció de la RSC es deuen principalment a la preocupació creixent per la salut personal i la pèrdua o reducció d'ocupació o ingressos. (DIRSE, 2020)

Segons dades de l'estudi de DIRSE (2020), un 92% dels enquestats considera que la crisi de la COVID-19 tindrà un impacte sobre la funció de RSC i es mostra als resultats que l'habilitat d'innovar i tenir una visió de futur és l'habilitat que més incrementa la seva importància amb el COVID-19, ja que anteriorment ocupava l'últim lloc en la categoria "impulsor".

4. METODOLOGIA

Per tal d'assolir els objectius inicials és precís determinar el tipus de treball que es duu a terme. En el meu cas, es tracta d'un treball de recerca acadèmic ja que es farà una recerca d'informació mitjançant tècniques qualitatives però no s'aplicarà a cap cas pràctic.

Les tècniques qualitatives són aquelles que s'interessen per la comprensió significativa i la interpretació motivacional dels entrevistats. Normalment, tenen com a objecte generar hipòtesis i idees.

Cal tenir en compte que mitjançant l'ús de metodologies qualitatives, el nombre d'entrevistats sol ser inferior al de les tècniques quantitatives, pel que sol presentar majors problemes de representativitat però, pel contrari, aporta informació més complexa, detallada i profunda.

Primerament, es definirà el problema/hipòtesis d'aquest treball mitjançant un procés d'elaboració que va des d'una idea inicial fins a la resolució d'aquesta.

D'una banda, es realitzarà una recerca bibliogràfica de fonts secundàries per tal de poder elaborar una base teòrica amb els coneixements necessaris per entendre els conceptes en qüestió, en aquest cas la definició del concepte de la responsabilitat social corporativa, l'actual context de crisi sanitària, social i econòmica a Catalunya i a la província de Girona i, per últim, la relació que hi ha entre la responsabilitat social corporativa i les empreses de Girona i l'impacte que hi ha tingut la pandèmia.

D'altra banda, per tal d'acurar més en la recerca d'informació, s'utilitza un gràfic extret del diari de Girona es durà a terme una altra recerca qualitativa de fonts primàries en format entrevistes en profunditat. Es realitzarà una entrevista en profunditat a les 20 primeres empreses de la província de Girona en funció del seu volum de facturació. Com s'ha dit abans, al ser una tècnica qualitativa, la mostra és reduïda pel que la representativitat que suposa és baixa, per tant, s'estima la possibilitat d'ampliar la mostra.

Per acabar, es durà a terme una anàlisi i presentació dels resultats obtinguts en les entrevistes realitzades que ajudarà a poder obtenir unes conclusions finals sobre l'impacte de la pandèmia en la responsabilitat social corporativa en les empreses gironines.

5. ANÀLISI DELS RESULTATS

Un cop finalitzada la part metodològica, s'analitzen els resultats que s'obtenen a partir de diferents comunicacions personals que s'han establert. Per una banda, amb una part de les entrevistes s'estableix una comunicació personal en format àudio o audiovisual, ja que es realitzen a través d'una trucada telefònica, una videoconferència o mitjançant una reunió presencial, i d'altra banda, amb l'altra part de les entrevistes s'estableix mitjançant una comunicació personal escrita, ja que es contesten via correu electrònic.

La mostra inicial constava d'un total de vint empreses, les primeres amb més volum de facturació de la comarca de Girona. Per tal de saber quines són, s'utilitza una taula comparativa amb dades empresarials extretes del Registre Mercantil, comparant la facturació dels anys 2018, 2019 i 2020.

Amb aquesta taula es veu clarament com les empreses amb més facturació es caracteritzen per ser del sector alimentari, la majoria càrniques, seguit d'empreses de recursos humans, com empreses de treball temporal.

Al comparar resultats d'abans i durant la pandèmia és coherent que les empreses del sector alimentari siguin les que més volum de facturació tenen, ja que durant la pandèmia, gairebé tots els sectors han estat parats menys el de l'alimentació, considerat servei essencial.

Com s'ha dit anteriorment, la mostra inicial constava d'un total de vint empreses, una mostra suficientment representativa si s'obté un mínim de respostes. No obstant això, només es va rebre resposta per part de vuit empreses. Al ser una tècnica qualitativa es podia esperar una baixa representativitat, però per tal que la mostra fos el més representativa possible, es va decidir ampliar la mostra a 40 empreses, seguint el mateix criteri anterior.

Gràcies a l'ampliació de la mostra, s'obtenen un total de 21 respostes per part de les empreses, més de la meitat de la mostra, i per tant, s'aconsegueix més representativitat.

Dintre d'aquestes 21 respostes, s'inclouen també empreses que no duen a terme cap tipus d'accions de responsabilitat social corporativa, una resposta igual de lícita que les altres, ja que proporciona també un altre tipus d'informació sobre l'empresa, que caldrà tenir en compte a les conclusions finals.

Primerament, es fa la pregunta inicial sobre si l'empresa en qüestió duu a terme accions de responsabilitat social corporativa, ja que si la resposta és negativa, s'obté una conclusió útil, però no se segueix amb l'entrevista.

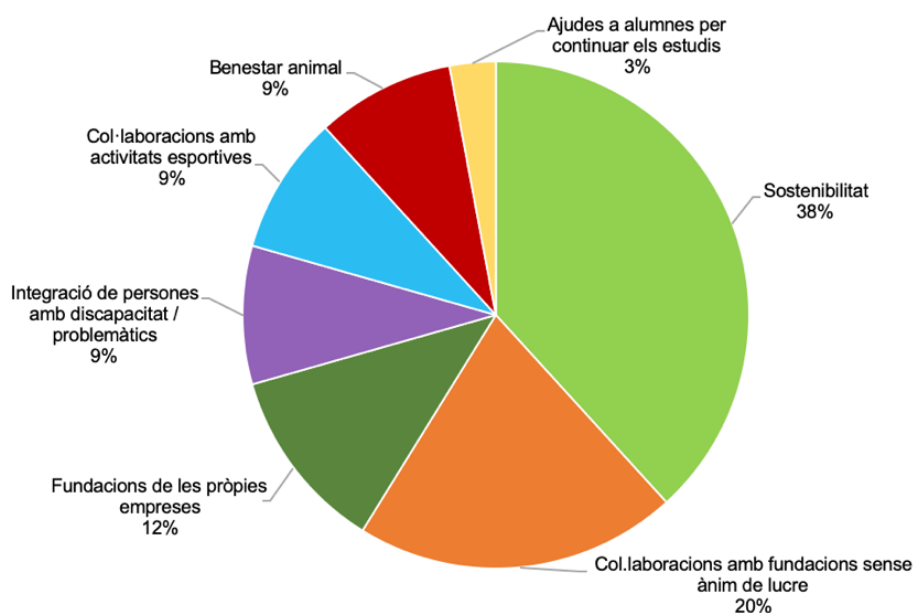
En general, gairebé totes les empreses afirmen dur a terme accions de responsabilitat social corporativa, només 3 d'elles ho neguen. Per tant, es pot dir que, en termes

generals, les grans empreses de Girona estan familiaritzades amb el terme responsabilitat social corporativa i el porten a la pràctica.

La següent pregunta fa referència a totes aquelles accions que l'empresa ha dut a terme al llarg de la seva trajectòria. Totes les empreses que han contestat afirmativament a la pregunta anterior duen a terme, com a mínim, tres accions de responsabilitat social corporativa. Entre les més repetides es troben donacions a organitzacions sense ànim de lucre i accions relacionades amb temes de sostenibilitat i medi ambient. La majoria, al ser empreses que es dediquen al sector alimentari, i sobretot càrnic, una acció que es repeteix gairebé a totes és la donació d'aliments a entitats com Càritas.

Per tal de fer-ho més visible i comprensiu, s'han agrupat les diferents accions per temes, d'aquesta manera es veu clarament quins són els temes més predominants en la responsabilitat social corporativa de les empreses de Girona.

Taula 3. Àmbits d'inversió de les accions de RSC de les empreses de Girona abans de la pandèmia



Font: Elaboració pròpia a partir de les comunicacions personals.

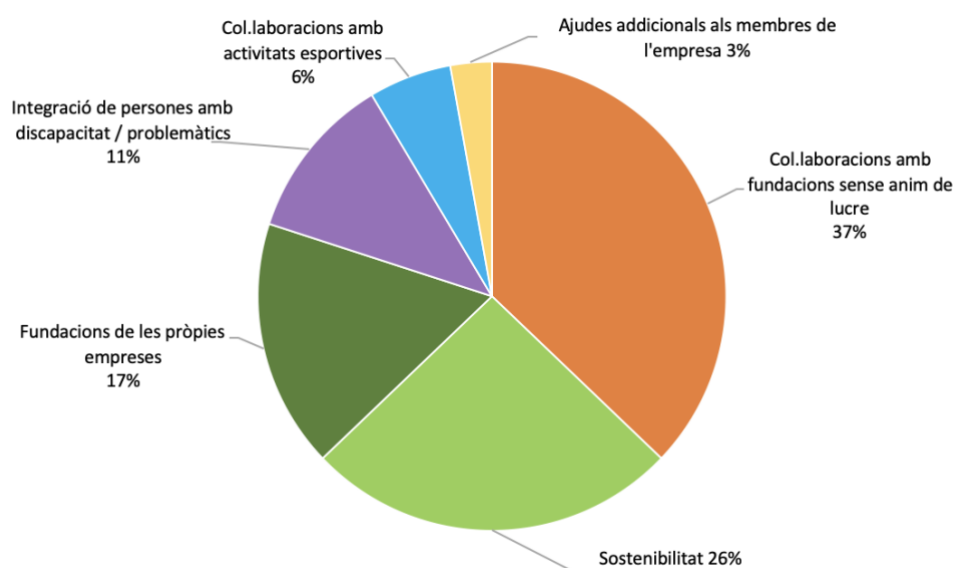
Com es veu en la taula 3, les grans empreses gironines donen molta importància al medi ambient i gairebé la majoria d'elles duen a terme accions relacionades amb la sostenibilitat, on es troben agrupades accions com la separació de residus, la implantació de plaques fotovoltaïques, energies renovables, etc.

En segon lloc, les grans empreses de Girona col·laboren amb diferents entitats sense ànim de lucre com Càrites o Creu Roja, ja sigui amb donacions econòmiques o, en aquest cas, amb aliments, ja que moltes de les empreses són del sector alimentari.

Algunes de les empreses tenen fundacions pròpies, com Eurofirms i Marlex, ambdues empreses de recursos humans, o Joaquim Albertí, una empresa de Campllong especialitzada en elaboració de productes càrnics, entre d'altres, i és per aquest motiu que el tercer àmbit en el què més s'inverteix és en les pròpies fundacions.

Seguidament trobem la integració de persones amb discapacitats o problemàtiques, les col·laboracions amb entitats esportives i el benestar animal en la mateixa posició. Cal dir que, al ser la majoria del sector alimentari, i sobretot càrniques, el benestar animal és un concepte que està molt present en gaire bé totes les càrniques entrevistades i per aquest motiu guanya pes.

Taula 4. Àmbits d'inversió de les accions de RSC de les empreses de Girona durant de la pandèmia



Font: Elaboració pròpia a partir de comunicacions personals.

La taula 4 mostra com la pandèmia ha augmentat les accions d'àmbit social. Per tant, es veu un canvi en la primera posició de l'àmbit de les accions de la responsabilitat social corporativa, tal com s'esperava en relació a la hipòtesis inicial.

La majoria d'empreses afirma que, amb la pandèmia, han fet donacions a entitats benèfiques i sobretot a hospitals, s'han fet donacions de mascaretes i de material sanitari i, inclús una empresa explica que es donen ajudes addicionals a treballadors com finançament, formació, etc.

Per tant, totes aquestes accions se sumen i es posicionen guanyant preferència davant accions de sostenibilitat. Per tant, es veu com les empreses gironines prenen consciència i prevalen accions d'àmbit social sobre l'àmbit medi ambiental.

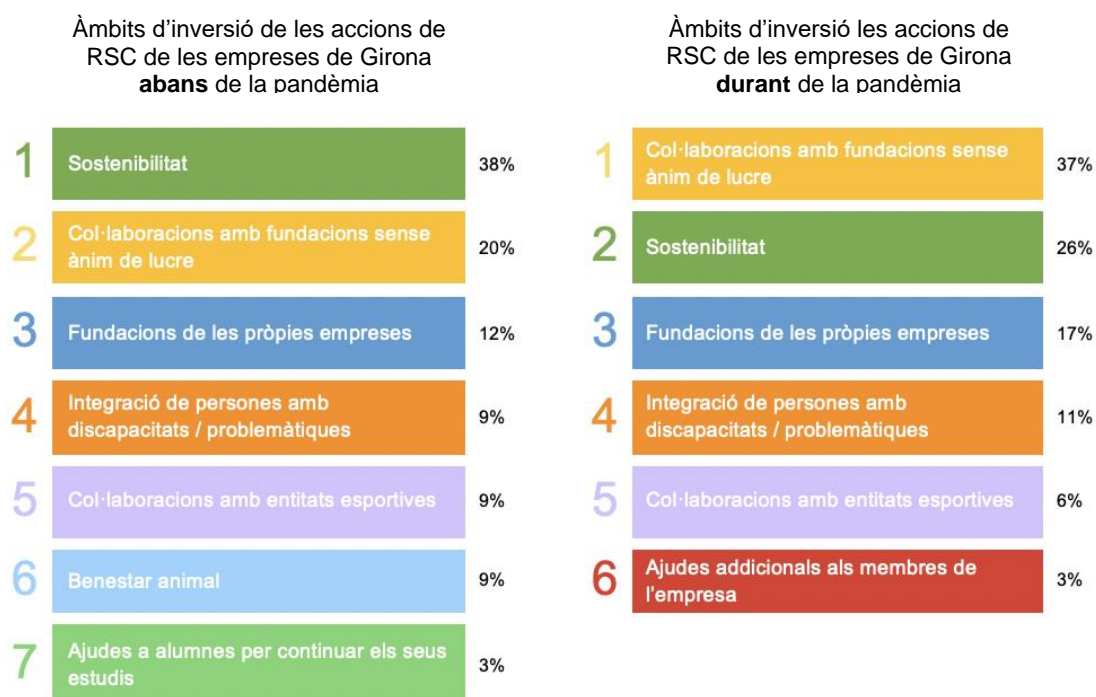
Tot i així, les empreses segueixen donant molta importància a la sostenibilitat ja que continuen destinant una part important dels beneficis a accions pel medi ambient i continua sent el segon àmbit amb més inversió.

També es pot veure com ha augmentat la inversió en les fundacions de les pròpies empreses. En les entrevistes, empreses com Eurofirms, Noel o Joaquim Albertí, ambdues empreses càrniques, destaquen que ara més que mai s'ha d'ajudar a aquelles persones que més ho necessiten, ja que la pandèmia ha afectat de manera directa tant en la sanitat, com en l'economia com socialment.

Per últim, cal destacar que Joaquim Albertí, empresa càrnica, prenent consciència de la crisi actual, proporciona ajudes addicionals als membres de l'empresa.

Després de veure les accions que duïen a terme les grans empreses de Girona abans de la pandèmia i actualment, es fa una taula comparativa per tal de comparar resultats i poder obtenir unes conclusions.

Taula 5. Taula comparativa dels àmbits d'inversió de les accions de RSC abans i durant la pandèmia



Font: Elaboració pròpia a partir de comunicacions personals.

En primer lloc, a la taula 5 es mostra que, anteriorment a la pandèmia, les grans empreses de Girona se centraven molt en el medi ambient i la sostenibilitat, però aquest ha passat a tenir un paper secundari degut a la crisi provocada per la COVID-19. Aquesta ha posat de manifest la consciència humana i les empreses n'han volgut deixar constància. S'han dut a terme donacions econòmiques i de material sanitari a hospitals, al mateix temps que a diferents organitzacions i entitats sense ànim de lucre, com Càrites o el Banc dels Aliments.

En segon lloc, la sostenibilitat segueix tenint un pes important, igual que les fundacions de les pròpies empreses.

No obstant això, es destaca el punt número 6 en la columna de la dreta, durant la pandèmia, ja que demostra que les empreses són conscients dels mals moments pels quals poden estar passant els treballadors degut a la crisi de la COVID-19.

Per tant, es pot afirmar que la pandèmia ha afectat en els àmbits d'inversió de la RSC, ja que abans es donava més importància a temes relacionats amb el medi ambient i actualment, es dona a temes relacionats amb la societat i l'empatia, en general, amb les persones.

Seguidament, per tal de saber perquè les empreses duen a terme aquestes accions se'ls formula la pregunta sobre la necessitat d'aquest tipus d'accions. La gran majoria de les respostes són relacionades amb el sentiment territorial. Encara que, cal tenir en compte que algunes accions són dictades per part de la normativa de la Generalitat i que, per tant, el que pot semblar voluntari en una primera impressió, no ho és.

Per exemple, Joaquim Albertí, empresa càrnica situada a Campllong, explica que l'empresa sempre ha tingut consciència pel seu entorn més immediat, i cita accions per pobles com Campllong o Cassà. Marlex, empresa de treball temporal, afirma que la necessitat d'aquestes accions va molt alineada amb els valors que els mouen com a empresa vinculada al territori i que moltes de les seves accions depenen d'això.

D'altra banda, Càrniques Juià va explicar que tenen molt present la sostenibilitat, el que implica el reciclatge, una depuradora, la separació de residus, etc. Però, alhora, explica que accions com la separació de residus venen, d'alguna manera, condicionades per la normativa de la Generalitat.

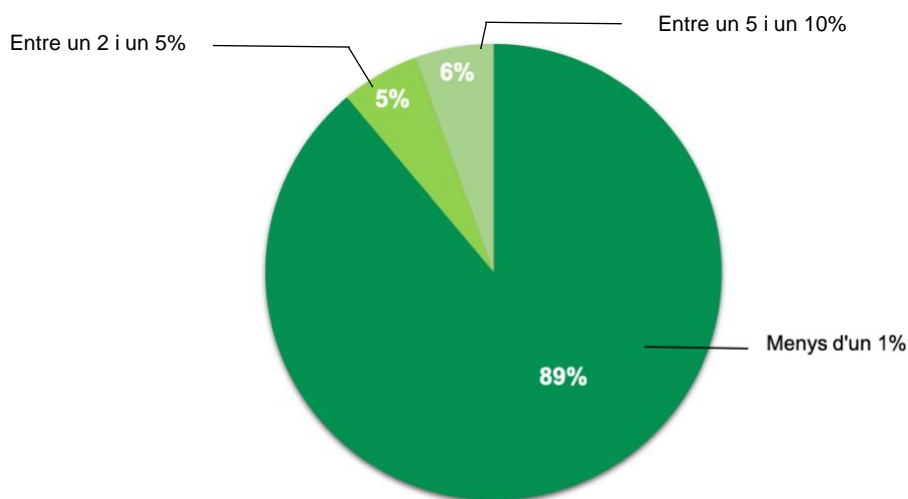
Per tal de tenir una idea general sobre el pressupost que dediquen les empreses de Girona amb més facturació a la responsabilitat social corporativa es fa una pregunta on es donen quatre possibilitats de resposta:

- Menys d'un 1% dels beneficis totals
- Entre un 2 i un 5% dels beneficis totals
- Entre un 5% i un 10% dels beneficis totals
- Més d'un 10% dels beneficis totals

Totes les empreses entrevistades destinen menys d'un 1% dels beneficis totals a temes de responsabilitat social corporativa, exceptuant-ne dues, ambdues empreses de treball temporal: Eurofirms, la qual hi destina entre un 5 i un 10% dels beneficis, que van a la seva fundació per ajudar a persones amb dificultats a la inserció laboral, i Marlex, que entre un 2 i un 5% dels seus beneficis també van directament a la seva fundació.

A continuació, a la taula 5 es mostren els resultats de la inversió del pressupost total de les grans empreses de Girona en accions de RSC. Es veu clarament que la majoria d'empreses destina un tan per cent molt baix dels beneficis a accions de responsabilitat social corporativa.

Taula 6. Tant per cent d'Inversió del pressupost total en accions de RSC



Font: Elaboració pròpia a partir de comunicacions personals

A continuació, es vol esbrinar quins són els àmbits en els quals s'inverteix més, tant en el 2019 com actualment durant la pandèmia.

Es proposa una taula amb els tres àmbits d'inversió de la responsabilitat social corporativa definits al marc teòric: social, mediambiental i econòmic. Les empreses distribueixen en tant per cent la inversió destinada a les accions de responsabilitat social corporativa en aquests tres àmbits.

Per tal d'entendre millor els resultats, s'agrupen tots els tants per cents i es fa la mitjana de les grans empreses de Girona, per temes. A partir d'aquí s'elabora una taula on es compara la inversió i els àmbits on es destinava el pressupost de l'any 2019 i del 2020.

Taula 7. Tant per cent d'inversió segons l'àmbit de la RSC l'any 2019 i 2020

Àmbit	2019	2020
Sostenibilitat	60%	40%
Social	35%	55%
Econòmic	5%	5%

Font: Elaboració pròpia a partir de comunicacions personals.

Anteriorment les empreses invertien més en sostenibilitat i, actualment, ho segueixen fent, però se li suma la part social d'accions com donacions, ajudes addicionals o fundacions.

Per últim, es pretén saber a través de quin canal i com expliquen aquestes accions al públic, ja que, potser, una empresa que fa aquest tipus d'accions i no ho fa públic, és perquè surt d'un sentiment realment voluntari i, generalment, desinteressat, per tant en certa manera, denota que l'empresa és més transparent i modesta.

En general, gairebé totes les empreses porten les accions de responsabilitat social corporativa en discreció pel que fa a un públic extern, però moltes destaquen que s'informa als treballadors de l'empresa en qüestió a través de comunicats, revistes d'empresa o durant el dia a dia.

Per exemple, GM FOOD, la primera empresa amb més volum de facturació a Girona, explica que les accions de caire voluntari on es fan donacions a entitats benèfiques normalment no es comuniquen externament perquè s'opta per un perfil discret, en canvi, els temes de sostenibilitat es comuniquen internament i externament a través de la newsletter corporativa GM FOOD News, dels mitjans de comunicació, del web de GM FOOD i de les xarxes socials corporatives.

La mateixa resposta es va obtenir per part de l'empresa Joaquim Albertí, empresa càrnica, que explica que normalment ho porta en discreció, ja que la intenció no és donar-li un valor propagandístic però sí que es procura informar a tot el personal a través dels circuits interns i la revista que s'edita.

6. CONCLUSIONS

Una vegada finalitzat l'anàlisi dels resultats obtinguts a partir de les entrevistes en profunditat s'obtenen les següents conclusions en relació als objectius plantejats a l'inici del treball.

Com s'ha vist en l'anàlisi del resultat, efectivament la pandèmia de la COVID-19 ha tingut un impacte en els àmbits d'actuació de la responsabilitat social corporativa en les empreses de Girona amb més volum de facturació.

En un principi, moltes empreses consideraven que la pandèmia no havia tingut un impacte en la responsabilitat social corporativa. No tenia coherència ja que les accions i els àmbits d'inversió durant el 2019 i el 2020 havien canviat, però el pressupost no. Les empreses seleccionades són aquelles més volum de facturació del 2020 i s'entén que són les empreses que menys han notat la crisi en l'àmbit econòmic, per tant, poden continuar destinant una part del pressupost a aquestes accions. A més, se li afegeix el fet que moltes de les empreses entrevistades són empreses que es dediquen al sector alimentari, la majoria càrniques, un sector considerat essencial que no ha parat la producció durant la pandèmia i que, en conseqüència, tampoc ha parat la facturació. Per tant, no es donava importància en els àmbits d'actuació, ja que el pressupost seguia sent el mateix.

Segons l'estudi de DIRSE (2020) vist anteriorment al marc teòric, les empreses espanyoles sí que han canviat de preferència en els àmbits d'inversió. Tot i ser dos contextos diferents, un a nivell estatal i l'altre a nivell provincial, es troben en la mateixa situació provocada per la crisi sanitària, per tant els resultats haurien de tenir una semblança. No obstant això, al tenir una mostra molt més petita i molt menys representativa, la relació que es troba és en petita escala comparat amb l'estudi de DIRSE.

Posteriorment, analitzats els resultats de les entrevistes s'observa un impacte en els àmbits de preferència d'inversió en accions de responsabilitat social corporativa.

Anteriorment a la pandèmia, l'àmbit on més s'invertia per part de les empreses de Girona era relacionat amb el medi ambient, amb accions com la reducció de la contaminació o la separació de residus, seguit de l'àmbit social, amb accions com donacions a entitats benèfiques i, per últim, l'econòmic. En canvi, actualment, l'àmbit on més s'inverteix és l'àmbit social, seguit del medi ambiental i, per últim i en mateix lloc, l'econòmic.

Aquest canvi és a degut a que les empreses gironines són conscients de la crisi generada per la pandèmia que s'està vivint i volen posar el seu granet de sorra amb donacions a entitats benèfiques, inversions en fundacions pròpies per tal d'ajudar a persones que ho necessiten, ajudes addicionals a membres de l'empresa, donacions de material sanitari, donacions econòmiques a hospitals, etc. Mentre que, anteriorment, es donava més importància a reduir la contaminació, a la separació de residus o la sostenibilitat en general.

Tal com s'esperava en la hipòtesis inicial sobre l'impacte de la pandèmia en els àmbits d'actuació de la RSC, la crisi de la COVID-19 ha canviat la preferència en aquests àmbits, situant la societat i les persones al capdavant. Les donacions a entitats benèfiques, les donacions de mascaretes i de material sanitari, les ajudes addicionals a treballadors, entre d'altres, aconseguen que l'àmbit social es posicioni guanyant preferència davant accions de sostenibilitat.

En conclusió, les grans empreses gironines prenen consciència de l'actual crisi i de l'impacte que aquesta ha tingut a nivell sanitari, econòmic, i sobretot, social, i ho manifesten amb les seves accions de responsabilitat social corporativa.

7. BIBLIOGRAFIA

- Col·legi Oficial de Psicologia de Catalunya. (04 / 03 / 2021). *Primera enquesta CIS sobre Salut Mental durant la pandèmia: 1 de cada 4 persones ha tingut por a la mort*. Recollit de Col·legi Oficial de Psicologia de Catalunya:
<https://www.copc.cat/ct/noticias/1384/Primera-enquesta-CIS-sobre-Salut-Mental-durant-la-pand-mia-1-de-cada-4-persones-ha-tingut-por-a-la-mort>
- Comissió Europea. (2001). *Llibre Verd. Fomentar un marc europeu per a la responsabilitat social de les empreses*. Brusel·les: Comissió Europea.
- Consell de Treball, Econòmic i Social de Catalunya. Generalitat de Catalunya. (04 / 2020). *IMPACTE EN L'OCUPACIÓ DE LA CRISI DE LA COVID-19*. Recollit de Consell de Treball, Econòmic i Social de Catalunya:
http://ctesc.gencat.cat/doc/doc_39075549_1.pdf
- Crane, A., & Matten, D. (2020). COVID-19 and the future of CSR research. *Journal of Management Studies*.
- Bénabou, R., & Tirole, J. (2009). Individual and Corporate Social Responsibility. *Economica*, 2-4.
- Bowen, H. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. Iowa: New York, Harper.
- Dahlsrud, A. (9 / 11 / 2006). How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions. *Wiley InterScience*, 15, 1-13.
- DIRSE. (22 / 06 / 2020). *Impacto del COVID-19 en las prioridades de la RSC/Sostenibilidad y en el rol de sus profesionales*. Recollit de DIRSE:
https://www.dirse.es/wp-content/uploads/2020/06/200622-Impacto-COVID-19_RSC_Sostenibilidas-v8.pdf
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge University Press.
- Friedman, M. (1962). *Capitalisme i llibertat*. Chicago: University of Chicago Press.
- Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*.
- Fundació La Caixa. (07 / 2020). *L'observatori Social*. Recollit de L'impacte asimètric de la crisi de la covid-19 en el mercat laboral europeu:
<https://observatoriosociallacaixa.org/ca/-/l-impacte-asimètric-de-la-crisi-de-la-covid-19-en-el-mercat-laboral->

- europe?inheritRedirect=true&redirect=%2Fca%2Fsearch%3Fq%3Dcoronaviru
s
- Gomez Nieto, B., & Martinez Dominguez, R. (2016). Los valores éticos en la responsabilidad social corporativa. *Anagramas*, 14(28), 33-55. Recollit de Anagramas: <http://www.scielo.org.co/pdf/angr/v14n28/v14n28a02.pdf>
- Johns Hopkins Universitat. (8 / 04 / 2021). *Johns Hopkins Universitat*. Recollit de COVID-19 Dashboard by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University (JHU): <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>
- Marrewijk, V. (2003). Conceptes i definicions de RSE i sostenibilitat corporativa: entre agència i comunió. *Journal of Business Ethics*, 10.
- Masulis, R. W., & Reza, S. (3 / 2 / 2014). *Agency problems of corporate philanthropy*. Recollit de ECGI, European Corporate Governance Institute: <https://ecgi.global/working-paper/agency-problems-corporate-philanthropy>
- OMS. (24 / 02 / 2010). *¿Qué es una pandemia?* Recollit de OMS: https://www.who.int/csr/disease/swineflu/frequently_asked_questions/pandemic/es/
- OMS. (27 / 04 / 2020). *COVID-19: cronología de la actuación de la OMS*. Recollit de OMS: <https://www.who.int/es/news/item/27-04-2020-who-timeline---covid-19>
- Vives, T. (13 / 02 / 2021). *La pandèmia: un fet social total i mundial*. Recollit de Diari de Girona: <https://www.diaridegirona.cat/opinio/2021/02/14/pandemia-fet-social-total-mundial/1089015.html>