

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: FACTOR FUNDAMENTAL EN EL PLAN ESTRATÉGICO DE COLOMBIANA KIMBERLY COLPAPEL

Mery Luz Atencia Palencia*
Erika Mercedes Miranda Ocampo**
José Antonio Zamora Cera***
Ana Blanco Ariza****
Universidad Simón Bolívar

RECIBIDO: junio 5 de 2012

ACEPTADO: septiembre 10 de 2012

RESUMEN

El presente artículo es producto de una investigación, cuyo objetivo consistió en mostrar el papel que la responsabilidad social empresarial juega en la planeación estratégica de la empresa Colombiana Kimberly Colpapel, Se aplicó el método exploratorio, con la técnica de investigación la encuesta, a una muestra de empleados. El tipo de investigación es cuantitativa, como resultados se encuentra que los empleados encuestados reconocen las acciones de responsabilidad social empresarial que desarrolla la empresa con sus grupos de interés.

Palabras claves: Estrategia, medio ambiente, plan, responsabilidad social empresarial.

Atencia, M., Miranda, E., Zamora, J., & Blanco, A (2012). Responsabilidad social empresarial: factor fundamental en el plan estratégico de Colombiana Kimberly Colpapel, en *Liderazgo Estratégico*, Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Simón Bolívar 1 (2), 84 – 95.

* Estudiante del programa de Administración de Empresas.

** Estudiante del programa de Administración de Empresas.

*** Estudiante del programa de Administración de Empresas.

**** Coordinadora de investigación del programa de Administración de Empresas.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: KEY FACTOR IN THE STRATEGIC PLAN OF COLOMBIANA KIMBERLY COLPAPEL

ABSTRACT

This article is the result of an investigation, which aimed to show the role that corporate social responsibility plays in strategic planning of Colombiana Kimberly Colpapel, the research presents a quantitative approach, exploratory method; with the use of inquiry technique, as results were found that employees surveyed recognize the actions of corporate social responsibility developed by the company with its stakeholders.

Keywords: Environment, corporate social responsibility, plan, strategic.

INTRODUCCIÓN

Kimberly Clark Corporation es una de las empresas líderes a nivel mundial en fabricación de productos de higiene como lo es el papel higiénico entre otros productos, y con presencia en más de 180 países, en el que a través de la historia con sus investigaciones y procesos innovadores ha creado productos que le dan valor agregado frente a los demás productores de este mercado, aparte de satisfacer las necesidades de sus clientes, está comprometida con el medio ambiente lo cual hace que esta empresa tenga una excelente visión con la sociedad en general y que por supuesto ha sido trasladado a los diferentes países en donde la compañía tiene las sucursales, uno de esos países es Colombia en el cual ofrece toda una gama de productos de calidad a disposición de los

consumidores colombianos, productos de alta calidad y que pueden ser reutilizados.

Se observa de manera constante que en el país se encuentran compañías que no tienen conciencia del tratamiento que están haciendo con la materia prima que es utilizada para su producción, y que si se le da un mal uso después de utilizarla, es decir no colocarlo de manera adecuada al desecharlo puede ocasionarle daños al ambiente; con Colombiana Kimberly Colpapel no pasa eso ya que son productos reutilizables lo cual es una ventaja competitiva en el que lo hace parte fundamental de su plan estratégico, ya que no solo sus estrategias se basan en la fuerza de ventas o en la expansión de la compañía, sino también en ayudar a la sociedad con diferentes campañas, una fundación, y

con trabajo que hace conjuntamente con el ICBF.

Dentro del plan estratégico de la Colombiana Kimberly Colpapel está la responsabilidad social empresarial afirma Reyno (2007) “Aparece en respuesta a los cambios socioeconómicos y sociales...” p.10., ya que por ser una gran multinacional en el que se fabrica productos de higiene, esta debe cumplir con ciertos estándares de calidad y sanidad; por lo cual además de cumplir con esto también ha tratado de utilizar diferentes mecanismos innovadores para ayudar al medio ambiente y realizar varias campañas sociales para el bien común.

MÉTODO

Diseño

La investigación es de tipo exploratoria alcanzando un nivel descriptivo, con enfoque cuantitativo. Se utiliza el método inductivo que va de lo particular a lo general, es decir en base a una muestra de empleados se realizan generalizaciones de la responsabilidad social empresarial en Kimberly Colpapel. Se utilizaron tanto fuentes primarias como secundarias que sirvieron de elementos para analizar y procesar la información relevante del fenómeno objeto de estudio. La información recabada fue procesada y analizada a través del programa Microsoft Excel sintetizada en gráficos y tablas.

Participantes

La población objeto de este estudio estuvo conformada por empleados de la empresa Kimberly Colpapel en la ciudad

de Barranquilla. De estos se seleccionaron de manera aleatoria colaboradores de ambos sexos cuyo criterio de inclusión fue la disponibilidad de tiempo para responder el cuestionario suministrado, estos empleados se constituyeron como la muestra.

Instrumentos

La presente investigación empleó como técnica para el análisis cuantitativo a partir de la implementación de un cuestionario con respuestas cerradas, que permitió recabar la información.

Procedimientos

Para llevar a cabo el presente estudio, se realizó un proceso de diseño del instrumento de recolección de datos con el cual se evalúa la percepción de los empleados sobre las acciones de

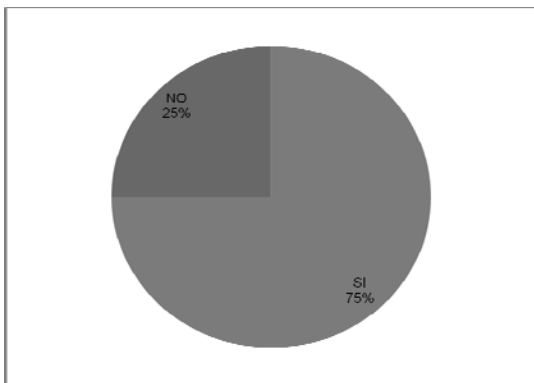
responsabilidad social de Kimberly Colpapel. El presente estudio consta de tres fases: Recolección de la información, sistematización de la información y análisis de la información.

Finalmente se construyeron las conclusiones y recomendaciones derivadas de los resultados presentados en gráficas y tablas.

RESULTADOS

Gráfico 1. ¿Considera usted que las actividades como Colombianitos entre otras son suficientes Para la promoción de Responsabilidad Social Empresarial de Colombiana Kimberly Colpapel?

Gráfico 1. Encuesta.



Fuente: *Elaboración propia.*

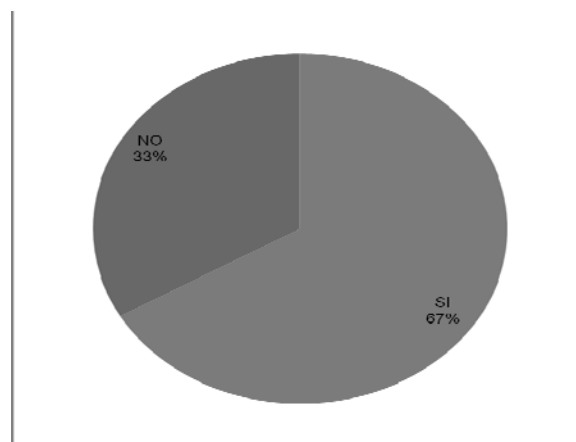
Con esta pregunta lo que quisimos fue identificar si para los empleados son suficientes las actividades desarrolladas por la empresa en estos momentos como Colombianitos entre otras que desarrolla de igual manera con los empleados.

El 75% de los empleados encuestados nos responde que si están de acuerdo con las actividades que se desarrollan, varios de ellos manifestando que el proyecto de Colombianitos es algo constante ya que la empresa les

tiene sedes en Tocancipa para que ellos reciban los beneficios que la empresa les brinda, por lo que ellos manifiestan que les parece que no es algo pasajero para mostrarse públicamente sino que lo tiene como un compromiso.

Gráfico 2. Conoce usted los proyectos que Colombia Kimberly Colpaper para el mejoramiento continuo acerca de la Responsabilidad Social Empresarial

Gráfico 2. *Encuesta.*



Fuente: *Elaboración propia.*

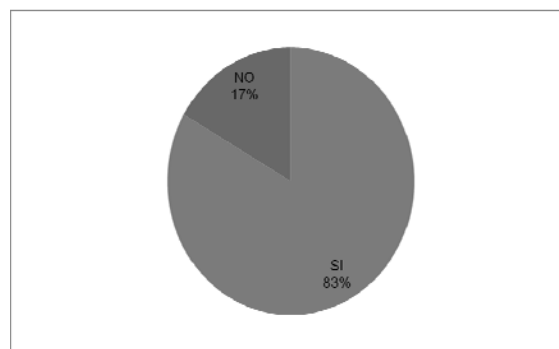
Nos pudimos dar cuenta que el 67% de estos responden que si lo tiene claro muy seguramente las razones son

como lo mencionamos en la pregunta anterior, son las personas que tienen mucho más seguimiento con respecto a los flash informativos que manda la empresa a menudo informando lo que tiene planeado desarrollar ya que están en la parte administrativa y revisando el porcentaje que nos respondió que no tenía conocimiento de estas actividades futuras un 33% nos dimos cuenta que muchos manifestaron que era por un tema de no revisar a menudo los mails enviados por la empresa, o simplemente les era indiferente y no los leían.

Por lo que la empresa debe mirar de qué manera poder llegar a este grupo de personas que no tiene un acceso continuo de sus correos o sus ocupaciones diarias no le permiten revisar a diario sus correos electrónicos, para que esta información llegue a todo este grupo de personas.

Gráfico 3. ¿Considera usted que Colombiana Kimberly Colpapel es claro en las actividades que aplican con la sociedad y con los empleados?

Gráfico 3. Encuesta.



Fuente: *Elaboración propia.*

Según estas encuestas se puede afirmar que la mayor parte de las personas encuestadas tiene claro las actividades que esta maneja con la Sociedad y con ellos mismos arrojándonos que el 83% de los empleados respondieron que si lo tenían claro.

Con un resultado de un 17% que respondió que no, se puede inferir como conclusión que este resultado se debía a que fueron las personas encuestadas que están en la parte comercial (calle) por lo que no tienen un seguimiento a los Flash informativos que la empresa envía respecto lo que están haciendo o también son las personas que tienen muy poco tiempo dentro de la compañía.

DISCUSIÓN

Para el desarrollo de esta fase se utilizó el análisis hecho en las encuestas para identificar aquellas falencias que se encuentran en las diferentes estrategias de responsabilidad social empresarial utilizadas por la empresa Colombiana Kimberly Colpapel para sí proponer acciones de mejora para contribuir al buen desarrollo de este tema.

Una de las falencias que se identifican es que Colombiana Kimberly Colpapel es que desarrolla muchas actividades, en la cual la comunidad o los consumidores en general no tiene conocimiento sobre esta; por lo cual consideramos que es de gran importancia para la comunidad en general saber cuáles son estas actividades que la empresa está realizando empro de la comunidad por eso queremos proponemos que al momento de llevarse a cabo estas actividades en la empresa se haga más estrategias de publicidad sobre las buenas acciones que realiza la compañía en la comunidad ya que esto es de gran importancia para la empresa, porque de cierto modo los empleados y la comunidad sabrán de las obras de Responsabilidad Social Empresarial que cumple la empresa y los más importante

es que también está contribuyendo con el medio ambiente para que las personas en general no solo sepan que esta es una empresa productora y comercializadora de productos de higiene, bienestar sin no que también es una empresa que tiene un gran sentido de pertenencia tanto con la comunidad como con el medio ambiente ya que la empresa al momento de talar un árbol automáticamente está centrado por lo cual estos son proyectos que la los empleados y la comunidad deben estar enterado para que puedan identificar todas estas actividades que la empresa viene desarrollando esto con el fin de buscar una sostenibilidad en el mercado competitivo en cuanto a Responsabilidad Social Empresarial.

Otro aspecto identificado es que la empresa realiza estos diferentes programas en una pequeña parte del país, por lo que sugerimos a la empresa

que este tipos de actividades pueden hacerse de manera muy rotativa en todas las zona donde esta tenga presencia, para que de esta forma los empleados y la comunidad en general pueda tener más accesos a ella, ya que si sólo limita los sectores donde esta trabaja el resto del país o por lo menos Barranquilla que es donde estamos haciendo estas sugerencias muchas veces no tendrá la oportunidad de saber cuáles son estos proyectos y disfrutar de ellos, para la empresa sería algo beneficio que todo el país o las zonas donde esta tiene presencia pueda disfrutar de estos proyectos y de igual forma en parte interna la empresa se beneficiara mas ya que de algún modo todos estos proyectos cuando son para beneficio de la comunidad en general la empresa puede alcanzar un buen posicionamiento tanto a nivel departamental como a nivel nacional por eso la importancia de que la

empresa comience a involucrar todas estas sucursales en sus planes de acción en cuanto al tema de Responsabilidad Social Empresarial, por ejemplo, en la ciudad de Barranquilla y todos sus alrededores se pueden empezar hacer más campañas de medio ambiente en cuanto a la tala de árboles y de salud que la empresa haga saber lo importante que es el tema para ella, ya que este es un tema que se puede manejar directamente por medio de la comercialización de los productos de marca Kotex y a través de esta marca se puede trabajar otro estímulo social como lo es la parte de la responsabilidad sexual ya que este es un tema que a muchos hoy en día preocupa, la empresa a través de las campañas de promoción de venta puede dar a conocer a la sociedad su aporte en cuanto a la responsabilidad que cada ser humano tiene al momento de iniciar una vida

sexual, por estas razones se deben hacer charlas de campaña contra enfermedades de transmisión sexual ya que actualmente en las mujeres el 80% de ellas adquiere el cáncer de cuello uterino y de mama estas charlas que son se Responsabilidad Social Empresarial no es para que solo se lleven a cabo en la ciudad de Barranquilla sino que se implementen en el departamento y a nivel nacional ya que este tipos de actividades son las que la comunidad más identifica y ponen el buen nombre de la empresa; así como las diferentes actividades se viene realizado a nivel departamental y nacional sobre las marcas de pañales Huggies ya que hasta el momento han sido de gran importancia para la comunidad y la empresa es reconocida por estas buenas capacitaciones., en orden de ideas, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), involucra a los grupos participantes, como los trabajadores

incluyendo la calidad de trabajo, proveedores, comunidad y medio ambiente. (Perdiguero & García, 2005)

En una visión estratégica La RSE, puede ser una fuente generadora y creación del valor, para ser ms competitivas Guibert (2008) En este punto la estrategia que utilizaremos para que la empresa pueda implementar todas esas acciones de mejoras que tiene en cuanto a las actividades de de Responsabilidad Social Empresarial, ya que es de vital importancia para la empresa que estas acciones se conozcan por lo cual realizaremos un cronograma de actividades en las cuales tendremos como soporte los pasos a implementar en esta etapa ya que si planificamos todas estas actividades tendremos unos buenos resultados, la idea principal de esta estrategia es que se comprometan o se integren todas los departamentos de la

empresa para hacer de esta actividad un gran posicionamiento en cuanto al tema de Responsabilidad Social Empresarial. Como afirma: Morrós & Vidal (2005) “Un crecimiento económico beneficia el progreso social y desde el respecto el medio ambiente (...)”p.14

REFERENCIAS

- Añez, C. y Bonomie, M. (2010). *Corporate social responsibility: competitiveness within the framework of globalization strategy*”, en *Revista de Formación Gerencial*, 9 (1).
- Bowen, H. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. Nueva York, p. 155.
- Mintzberg, H. (1998). *Proceso estratégico*. Montreal (Canadá).

Reyno, M. (2007). Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva. Chile

Morrós, J. & Vidal. (2005). Responsabilidad Social Corporativa. España: FC. Editorial.

Perdiguero, T. & García, A. (2009). La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos. Barcelona: Imprenta Palacio SL

Guibert, J. (2008). Responsabilidad Social Empresarial: Competitividad y casos de buenas prácticas en pymes: España: Deusto