



Categoría 10:

Comunicaciones financieras o con los inversores

Título del programa:

Reporte de Sustentabilidad 2011

Nombre de la compañía o institución:

Kimberly-Clark Argentina

Departamento y asesores externos:

Dirección de Asuntos Legales y Corporativos de Kimberly-Clark
CacaceBuzón - Comunicaciones y RSE.

Personas responsables del plan de comunicación:

Fernando Hofmann, Director de Asuntos Legales y Corporativos de Kimberly-Clark
Región Austral;

María Laura Salina, Coordinadora de RSE de Kimberly-Clark , Región Austral



INTRODUCCION

Acerca de Kimberly-Clark

Kimberly-Clark es reconocida en el mundo como la empresa líder en el desarrollo de productos descartables para la salud, la higiene y el cuidado personal, con marcas como Huggies, Kleenex, Kotex, Scott, Poise, Plenitud, Pull-ups, Goodnites, Little Swimmers, y Kimberly-Clark Professional, entre otras.

La compañía fue fundada por John Kimberly, Charles Clark, Frank Shattuck y Havilah Babcock en 1872, en Neenah, Wisconsin. Actualmente, Kimberly-Clark cuenta con un equipo de trabajo de más de 55,000 empleados alrededor del mundo, con centros de producción en 37 países y puntos de venta en más de 150 países. En 2010, registró una facturación de u\$s 19.700 millones de dólares.

Desde sus comienzos, la innovación fue el eje central del éxito de Kimberly-Clark. La compañía se ha caracterizado históricamente por desarrollar productos que generaron grandes revoluciones en el mercado de consumo masivo creando categorías totalmente nuevas, en todos los países y en todas las épocas.

Todos los días, una de cada cuatro personas alrededor del mundo confía en los productos Kimberly-Clark para el cuidado de su salud, higiene y bienestar.

Kimberly-Clark Argentina

Kimberly-Clark Argentina comenzó sus operaciones en el país a principios de los años noventa. A mediados de esta década, la compañía comenzó su etapa de crecimiento y expansión a través de la adquisición del paquete accionario de Descartables Argentinos S.A. y otras compañías representantes del sector.

Tras casi veinte años de gestión en la Argentina, Kimberly-Clark se afianzó como líder en el desarrollo de productos para la higiene y la salud de los individuos dentro del mercado de consumo masivo. El comienzo de sus operaciones significó una de las primeras grandes inversiones de capitales norteamericanos en el país durante esa década.

Kimberly-Clark contribuye al desarrollo económico y social del país. Emplea a más de 1.200 personas y cuenta con oficinas centrales en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Sus 3 plantas de producción son tomadas como modelo en todo el mundo: poseen tecnologías innovadoras que permiten a la filial local no sólo abastecer al mercado interno sino exportar sus productos a otros países de la región Latinoamericana.

En su planta de Pilar (Pcia. de Buenos Aires) produce toallas y protectores femeninos, al igual que apósitos para incontinencia femenina. Cuenta con maquinarias de alta tecnología y recicla casi su totalidad de los residuos generados durante el proceso productivo. En su planta de Bernal (Pcia. de Buenos Aires) fabrica pañuelos descartables, servilletas, papel higiénico y rollos de cocina.



En su planta de San Luis fabrica pañales para bebés y para adultos. Es el primer empleador de la provincia, es la sexta planta más grande del mundo en producción de pañales y la primera en Latinoamérica. Cuenta además con el Centro de Distribución “Aires del Sur”, de categoría *world class*, en la localidad de Esteban Echeverría, provincia de Buenos Aires.

Sustentabilidad, el ADN que diferencia y posiciona a Kimberly-Clark

Reconocerse como una empresa orientada al desarrollo sustentable, impulsa a enfocar la gestión de Kimberly-Clark como una forma de crear valor para los grupos de interés en el largo plazo, administrando y reconociendo las oportunidades y las dificultades del trabajo de la empresa.

La compañía considera que su rol en materia de Sustentabilidad debe trascender la gestión particular y es por ello que busca ser parte de la solución global, un desafío que enfrenta la sociedad en su conjunto para avanzar hacia la construcción de un futuro más sustentable.

Es a partir de este entendimiento que surge la estrategia corporativa Sustentabilidad 2015 que aporta un enfoque más integral sobre la contribución al desarrollo sustentable y que incluye ambiciosas metas para lograr el crecimiento del capital socio-económico, para preservar el capital natural y para promover el desarrollo del capital humano. La misma ha sido adaptada e incorporada localmente a la estrategia y al plan de negocios de Kimberly-Clark Argentina, renovando los objetivos y las metas de nuestros esfuerzos en materia de sustentabilidad.

Como parte de las acciones derivadas de dicho compromiso, la empresa publica anualmente, desde hace cuatro años el Reporte de Sustentabilidad.

El Reporte de Sustentabilidad 2011

El proceso de elaboración del Reporte de Sustentabilidad se desarrolló entre los meses de octubre de 2011 y marzo de 2012 y respondió a los siguientes objetivos:

A) En materia de gestión de la RSE:

- Lograr el nivel de aplicación B de las normas internacionales GRI¹,
- Identificar las brechas y oportunidades de mejora en cada una de las dimensiones de la sustentabilidad
- Incorporar la opinión de los *stakeholders* a través de instancias de diálogo con ONGs y empleados.

B) En materia de Comunicación:



- Desarrollar una pieza de comunicación que permita informar sobre la gestión responsable y sustentable del negocio, considerando los temas de mayor relevancia y materialidad para los grupos de interés de la empresa.
- Reforzar el posicionamiento de Kimberly-Clark como una compañía líder en Argentina en materia de sustentabilidad.
- Consolidar internamente el Reporte de Sustentabilidad como una herramienta de comunicación, gestión y evaluación de las políticas y actividades de RSE de Kimberly-Clark.
- Desarrollar nuevos canales de comunicación externa para ampliar la difusión del Reporte entre los consumidores y público en general.

Por definición, un Reporte de Sustentabilidad está dirigido a todos los grupos de interés de la empresa. En el caso de Kimberly-Clark, se identificaron los siguientes



EJECUCIÓN DEL PLAN

El plan de trabajo se dividió en cinco etapas:



1. Preparación:

En esta etapa se definió, junto al equipo de facilitadoras externas, el cronograma de trabajo y se identificaron las áreas clave para el relevamiento de información: Finanzas, Recursos Humanos, Compras, Marketing, Legales y Medio Ambiente.

Otro de los pasos clave fue la definición de los contenidos, que se realiza en base a los criterios establecidos por los lineamientos G3 de Global Reporting Initiative (www.globalreporting.org):

- a. Materialidad:* se debe incluir información relevante que pueda afectar a las decisiones y comportamientos de los grupos de interés, presentando los indicadores de desempeño relevantes.
- b. Participación de los grupos de interés:* se debe describir el grado de participación de la esfera de influencia, así como un resumen de cómo se abordaron las expectativas, los intereses y las necesidades de información de los grupos de interés.
- c. Contexto de sostenibilidad:* se debe presentar cómo es la gestión de la organización en relación a las condiciones económicas, medioambientales y sociales en general, y su vinculación con las novedades y tendencias a escala local, regional o mundial.
- d. Exhaustividad:* se debe presentar la suficiente información cuali-cuantitativa como para comprender si la empresa está a la altura de sus compromisos, así como las tendencias del desempeño de la organización.

En este sentido, se convocó a una reunión de diálogo a empleados y representantes de ONGs, con el objetivo de relevar opiniones sobre el reporte anterior, expectativas y sugerencias respecto a la próxima publicación.

2. Relevamiento:

El esfuerzo de esta etapa se centró en la recopilación de la información e indicadores de desempeño necesarios para la redacción del reporte, a través de distintas herramientas - cuestionarios, entrevistas, análisis de información corporativa, etc.

3. Consolidación:

En esta instancia se procesó toda la información relevada, se estructuraron los contenidos y se realizaron dos rondas de revisión interna por parte de los informantes internos.

4. Aprobación:

En esta fase el documento final es elevado al directorio de la empresa para su aprobación final. Una vez validado institucionalmente, se envió a Global Reporting Initiative para el proceso de Validación del Nivel de Aplicación que realiza dicho organismo internacional.



5. Comunicación:

Esta última instancia se centró en la elección de alternativas de difusión y comunicación para llegar más efectivamente a los grupos de interés de la empresa con el objetivo de contribuir al posicionamiento de Kimberly-Clark como una empresa líder en Argentina en materia de sustentabilidad.

En función de las tendencias de comunicación de la RSE, se analizaron distintas opciones de soporte y diseño que contribuyeran a dar una amplia difusión de la nueva publicación. Se optó finalmente por contar con una versión impresa y una en formato digital (pdf) para utilizarla en la web corporativa, redes sociales y medios digitales.

A nivel de diseño se utilizó un código gráfico inspirado en la naturaleza que buscó transmitir vida y armonía. La paleta de colores utilizada respondió a las tonalidades que segmentaban los diferentes capítulos y reforzaban la idea de reflejar los conceptos “vida” y “movimiento”. Desde la tipografía se mantuvo un criterio de claridad gráfica con cuerpos que diagramaban los mensajes y ordenaban la lectura.

Todas las acciones de difusión de Kimberly-Clark se ajustaron al principio de Comunicación Responsable como práctica integrada a la Responsabilidad Social Empresaria, buscando transmitir valores éticos.

Desde este marco conceptual se encaró la comunicación del Reporte, con el objetivo principal de contribuir al establecimiento de una agenda de RSE y de aumentar la conciencia sobre los temas de valor social y ambiental. Sin duda, la comunicación creíble y transparente de las principales actuaciones de Kimberly-Clark en RSE impactará en la reputación de la empresa. Este resultado sólo es aceptable si es la consecuencia natural de un proceso de Comunicación Responsable.

Para el lanzamiento interno, se invitó a todos los empleados a participar de un concurso respondiendo preguntas sobre los contenidos del reporte. De esta manera, no sólo se promovió la lectura de la publicación, sino que se reforzaron conceptos y resultados destacados de la estrategia de Sustentabilidad de la empresa.

En el ámbito externo, el cuarto reporte fue enviado a una base de cerca de 1500 contactos, entre los cuales se incluyeron empresas líderes, ONGs, periodistas del tercer sector y especialistas en responsabilidad social e imagen corporativa, entre otros.

También la empresa utilizó las redes sociales Facebook y Twitter para dar mayor difusión y acceso al reporte a sus grupos de interés. Esta iniciativa se complementó con la publicación de un video alusivo al lanzamiento del reporte en el canal corporativo de YouTube. De esta manera, se logró superar una dificultad características de las empresas de consumo masivo encontrada años anteriores: cómo comunicar el reporte directamente entre los consumidores.



EVALUACIÓN/PRUEBAS

El proceso de elaboración del cuarto Reporte de Sustentabilidad de Kimberly-Clark fue verificado directamente por Global Reporting Initiative, entidad que otorgó la correspondiente Declaración de Control del nivel de aplicación de GRI.

También se envió una gacetilla de prensa a los medios y se generaron entrevistas con los más relevantes, anunciando la publicación del reporte. La noticia fue cubierta por 18 notas en medios especializados en RSE y/o negocios, con un alcance de 1.330.025 contactos y cuya cobertura equivale a una inversión publicitaria de \$ 45.892.

El reporte fue destacado en el número de abril de la revista Mercado, junto al de otras empresas líderes en materia de RSE. Fue calificado como “excelente” por el comité de expertos que actuaron como jurado. El crecimiento cualitativo de la publicación en términos de calidad y contenido ha posicionado a la empresa como un referente sobre los procesos de reporte. La entrevista en ese mismo número a Fernando Hofmann, director de Asuntos Corporativos Región Austral, da cuenta de dicho logro. El directivo es hoy una voz autorizada para explicar y opinar sobre el tema en los medios especializados en RSE.

El concurso interno registró una participación de 40 personas. Los premios ofrecidos fueron objetos de decoración elaborados bajo el concepto de diseño sustentable, para los cuales se utilizó resina sobrante de la producción industrial y resina nueva con mayor porcentaje de PET.

El perfil de Facebook de la compañía cuenta con cerca de 40500 fans; la cuenta en Twitter [@kimberlyclarkAR](https://twitter.com/kimberlyclarkAR) tiene cerca de 1800 seguidores. Los *tweets* relacionados con la publicación del informe, fueron a su vez divulgados en cuentas de medios y referentes de la RSE, logrando la viralización del mensaje. El video publicado en el canal de la compañía en YouTube ya superó las 10700 vistas.

