

Así se hace...

BUENAS PRÁCTICAS DE RSE



Público Interno

INSTITUTO KIMBERLY CLARK

En 1872 en Estados Unidos, se unen Charles Clark y Jhon A. Kimberly y crean la primera fábrica de papel en Neenah, Wisconsin, cerca de los Grandes Lagos, Estados Unidos.

A medida que transcurre el siglo XX, la compañía se fortalece en productos de consumo y uso industrial cada vez más avanzados e inventa otras categorías de productos desechables para el higiene y limpieza personal.

Las actividades en Costa Rica se remontan a 1923, a través de las relaciones comerciales establecidas con Humberto Pérez Calvo, nombrado representante de ventas en Costa Rica de la Scott Paper de los Estados Unidos, la convertidora de papel más grande del mundo. Al fructificar las ventas con el correr del tiempo, surge la idea de establecer una compañía manufacturera, y fue así como, en 1963, se ve materializado este sueño con la fundación de Scott, primera industria de papel en Centroamérica. Dinamismo, alta rentabilidad, tecnología de avanzada y expansión empresarial asegurada, son términos válidos para caracterizarla.

En 1995, Kimberly-Clark anuncia su decisión de unirse a Scott Paper Company, líder indiscutible de la producción de papel higiénico en todo el mundo con su reconocida marca Scott. La nueva empresa se convierte en el fabricante de papel suave más grande del mundo combinando la tradición y la tecnología de dos colosos papeleros.

A raíz de esta fusión, puede decirse que Kimberly-Clark ha crecido de tal forma que se constituye en una empresa líder en el mercado. En Costa Rica, el fusionamiento empresarial implicó un expansionismo de la producción, ya que aparte de producir pañales desechables, Huggies se introdujo la manufacturera de papel doméstico e institucional, además del reciclaje de este producto. Es así como, en la actualidad, se cuenta con dos plantas especializadas: una en la producción de papel para el cuidado personal y del hogar ubicada en San Antonio de Belén y la otra situada en Cartago con la producción de mercancías de protección infantil y también femenina.

La empresa desarrolla diversos proyectos en materia de Responsabilidad Social Empresarial en distintas ejes, que van desde medio ambiente hasta público interno.





INSTITUTO KC

El Instituto KC es una iniciativa de enseñanza de herramientas técnicas y prácticas gratuitas asociadas al trabajo de la fuerza de ventas, que se materializa a través de un Programa de Especialidad en Gestión del Punto de Venta.

Su misión consiste en capacitar y ofrecer herramientas técnicas y prácticas al equipo de Fuerza de Ventas de Kimberly-Clark.

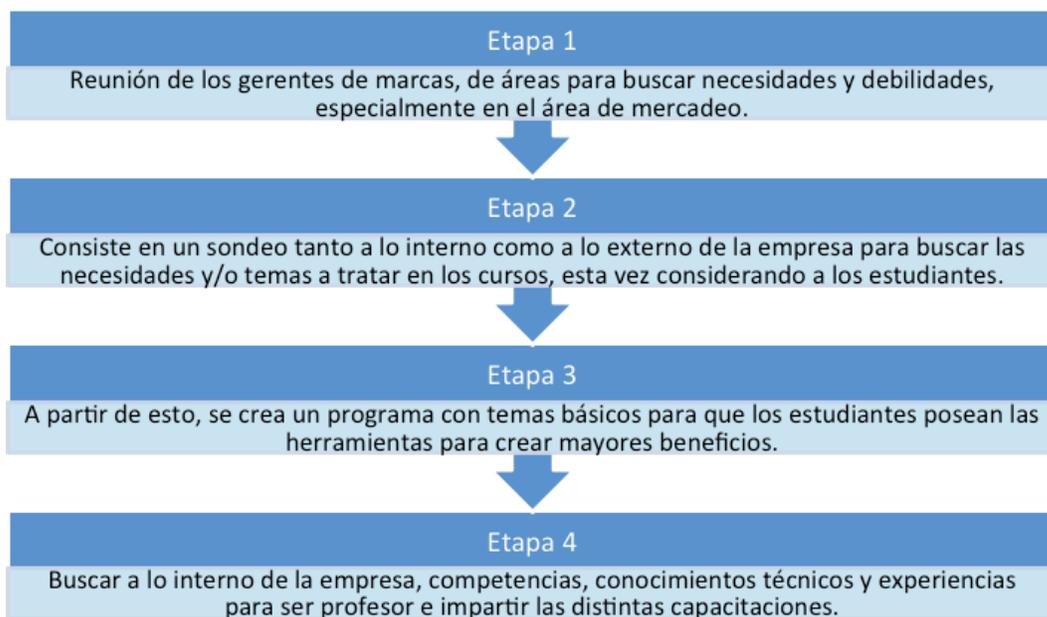
Su visión es lograr contar con la fuerza de ventas más capacitada y preparada en la gestión Comercial de todos los puntos de ventas del territorio nacional.

De esta manera, el principal objetivo del Instituto KC es ofrecer un espacio gratuito para el aprendizaje de la fuerza de ventas con herramientas que permitan descubrir oportunidades de negocio, incrementar las ventas y desarrollar expertos en gestión comercial.

Otras de sus metas consisten en utilizar los recursos de la compañía para contribuir con el desarrollo de la fuerza de ventas; analizar áreas de oportunidad a través de la retroalimentación de la fuerza de ventas; e incrementar las ventas de la compañía al contar con personal más capacitado.

IMPLEMENTACIÓN

El proceso de implementación del Instituto KC consiste en cuatro etapas:



El Instituto funciona bajo la modalidad de clases presenciales dos veces por semana, donde cada semana se estudia un tema o curso diferente.

La duración de cada curso es de aproximadamente 4 horas.

Al final de seis meses el colaborador termina con un Certificado de Experto en Gestión Comercial.

Entre los cursos brindados por el Instituto KC figuran:

Taller de Producto

Planimetría y Estrategia

10 Claves para el Éxito en el Servicio al Cliente

Técnicas Básicas de Negociación y Ventas

Merchandising y Exhibiciones Espectaculares

Sistemas Inventarios

Comunicación Asertiva y Relaciones con Cliente

Herramientas Básicas de Gestión Comercial

Herramientas Básicas de Gestión Comercial II



El proyecto busca la maximización de los recursos, aprovechando las instalaciones de la empresa, el material didáctico y, principalmente, el recurso humano de la compañía, el cual posee los conocimientos y experiencias requeridos para impartir los diferentes cursos.

Las capacitaciones dadas en el Instituto KC pueden ser aprovechadas por cualquier colaborador interno de la compañía, cualquier colaborador externo (Display, Mercaderista, Asesor(a), Vendedor de Distribuidor) o socio comercial que estén interesados en adquirir conocimientos de la gestión Comercial de Kimberly-Clark. No existe ningún tipo de proceso de selección, es completamente abierto.

No obstante, los colaboradores internos, externos o socios comerciales que asisten al Instituto KC, deben tener las siguientes características:

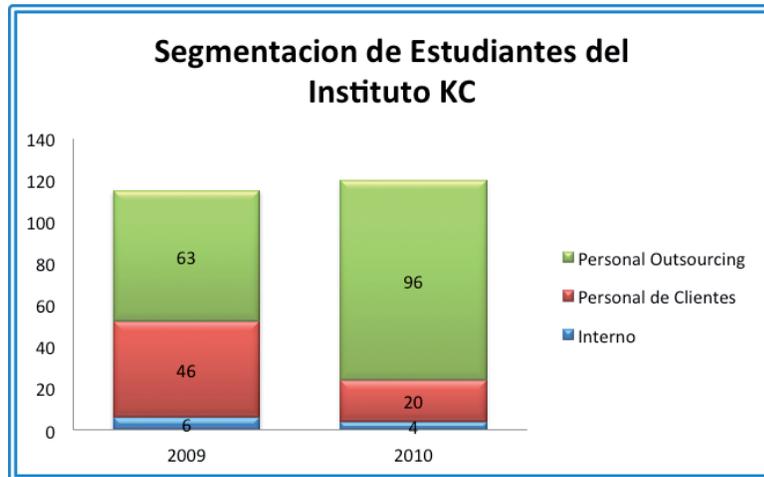
- Ser proactivos con alto nivel de superación personal
- Tener espíritu innovador
- Preferiblemente tener injerencia en la gestión comercial o con deseos de serlo
- Estar fuertemente comprometidos con el trabajo.
- Tener como objetivo principal la excelencia en el Servicio

Esto ha fortalecido la relación entre Kimberly-Clark y sus colaboradores internos, externos, asimismo ha mejorado la manipulación y comercialización de los distintos productos y marcas de la empresa. Los egresados del instituto pasan a ser asesores e impulsores de productos, utilizando técnicas para rentabilizar y gestionar al máximo el punto de venta.

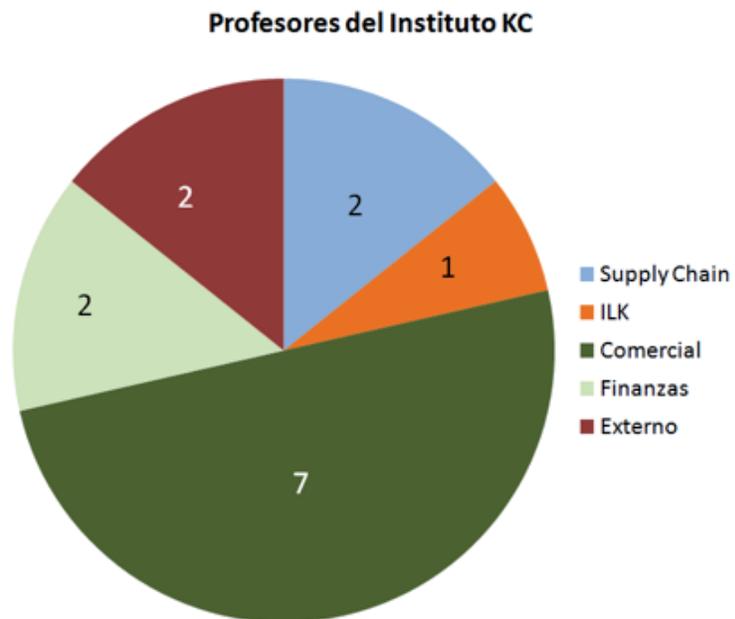
MONITOREO Y EVALUACIÓN

Para el correcto funcionamiento del Instituto KC, se han adoptado métodos como listas de matrícula, listas de asistencia a clases, y evaluaciones de cada curso y de cada profesor.

También se ha monitoreado la proveniencia de los estudiantes, así por ejemplo la mayoría es personal outsourcing de la compañía, seguidos de personal de clientes y público interno:



Además, como los instructores son colaboradores de KC, también se ha monitoreado de cuáles departamentos o áreas provienen, la mayoría ligados a la comercial:



Asimismo, se han realizado encuestas de opinión a los participantes acerca del instituto, los cursos y las necesidades de ellos mismos como estudiantes.

El Instituto está a cargo de la Srta. Brenda Obando, bajo la dirección del Business Partner de ILK para el área Comercial.

RESULTADOS.

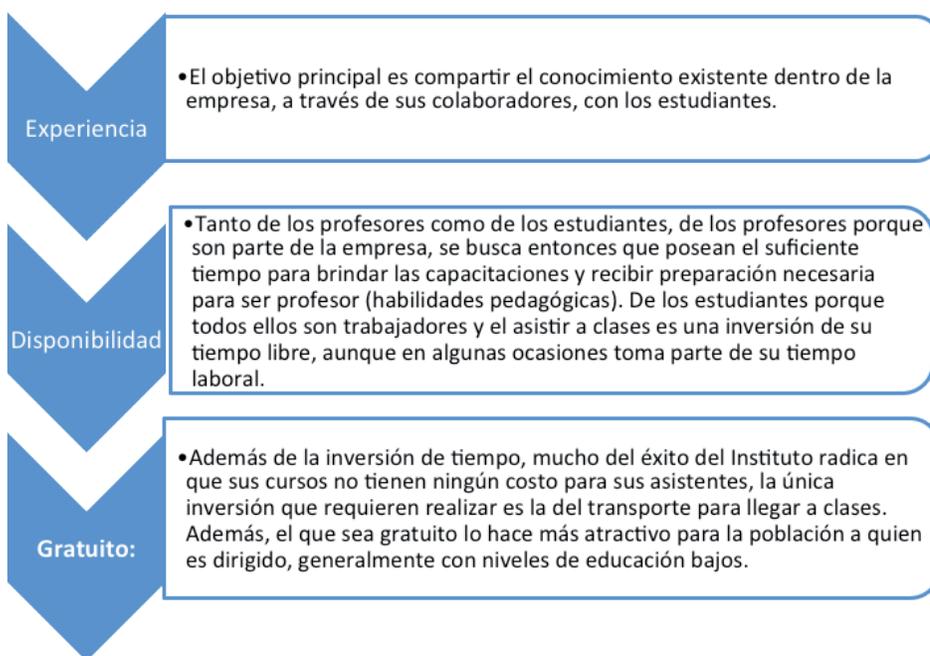
1. El Instituto KC tiene cerca de dos años de brindar el servicio de capacitación gratuita a nuestros colaboradores internos como externos.
2. Más de 280 personas han sido capacitadas desde su comienzo en temas como Planimetría y Estrategia, Inventarios entre otros, lo que permite a la empresa tener un equipo altamente calificado en materia de Gestión Comercial.
3. 53 personas se graduaron en noviembre del 2010 del programa completo de Experto en Gestión Comercial.
4. El 90% de las capacitaciones fueron impartidas con colaboradores, lo que representó una disminución en gastos.
5. El Instituto KC permite un desarrollo académico de los participantes, que se caracterizan por su baja escolaridad, además, los cursos son gratuitos lo que amplía su impacto.
6. La mejora en la preparación del personal permite a la empresa mejorar la gestión del producto que trae beneficios como un buen surtido en calidad y número, tener el producto adecuado, tener la cantidad de producto adecuada, que se refiere a una buena gestión de los stocks, tener el precio adecuado, sin olvidar la rentabilidad o precio justo, tener en cuenta el momento adecuado para ofrecer el producto y, por último, tener en cuenta también el lugar adecuado para situar el producto.

PÚBLICOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS

El Instituto KC está dirigido a todo el equipo de fuerza de ventas y comercial, internos (de cualquier área de la compañía) y externos (Display, Mercaderista, Asesor(a), Vendedor de Distribuidor) o socio comercial que esté interesado en adquirir conocimientos de la gestión Comercial de Kimberly-Clark.

Asimismo, el público interno de la empresa juega un rol importante al aprovechar sus conocimientos, experiencias y disponibilidad para impartir los cursos.

FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO



LIMITACIONES

El reto más grande se da por la deserción de los estudiantes, debido a que algunos de los asistentes son de bajos recursos económicos, impidiéndoles en ocasiones asistir a las clases principalmente en el caso de los mercaderistas. Así como el desarrollo de nuevas materias para un mayor enriquecimiento de los estudiantes

No obstante, lo que se ha observado es que los mayores desertores de los cursos no lo hacen por los de bajos recursos, ya que muchos de ellos lo valoran y consideran como parte de su desarrollo académico.

FUTURO

Entre los planes a futuro están:

- Maximizar la alianza con Instituto Nacional de Aprendizaje, aprovechando los recursos didácticos que ofrecen. Esta alianza permitirá que Kimberly-Clark sea un centro colaborador, lo que permitirá que todos nuestros colaboradores puedan recibir cursos y talleres certificados por esta prestigiosa institución.
- Elaborar programas de capacitación enfocados a cada posición esto con el fin de ser parte del desarrollo profesional de los colaboradores internos, externos y socios comerciales.
- Engrandecer cada día más el instituto, agregando nuevos cursos e incentivando más a la población laboral de otras áreas a que participen.
- Lograr que el Instituto KC sea una iniciativa expansiva a otros países donde Kimberly-Clark opera. Se espera seguir desarrollando talento, extendiendo los temas del Instituto a otras áreas, ayudando, al mismo tiempo, al desarrollo profesional tanto de los estudiantes como de los instructores.

