



Análisis De Las Prácticas De Responsabilidad Social Empresarial Implementadas Por
Essity – Grupo Familia, En Relación Con El Compromiso Organizacional Y El Trabajo En
Equipo

Keiny Estefani Contreras Pérez

Erik Giovanni Villamizar Blanco

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Oriente (Santander)

Centro Universitario Cúcuta Norte de Santander

Programa Administración de Empresas

Viernes 20 de noviembre de 2025

Análisis De Las Prácticas De Responsabilidad Social Empresarial Implementadas Por
Essity – Grupo Familia, En Relación Con El Compromiso Organizacional Y El Trabajo En
Equipo.

Keiny Estefani Contreras Pérez

Erik Giovanni Villamizar Blanco

Monografía presentada como requisito para optar al título de Administrador de empresas

Jehimy Johana Sánchez Vera

Magíster en Innovación social y desarrollo local

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Oriente (Santander)

Centro Universitario Cúcuta Norte de Santander

Programa Administración de Empresas

Viernes 20 de noviembre de 2025

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo con mucho cariño y gratitud a nuestra principal profesora guía en este proceso, Jehimy Johana Sánchez por su acompañamiento y enseñanza. Extendemos también nuestro agradecimiento a los profesores que marcaron de manera especial en nuestra carrera universitaria profesional, Rossana Patricia Macías, Solange Dianira Jordan y Angélica María Carvajal quienes con su paciencia, enseñanza y apoyo han sido pilares importantes durante el proceso de formación académica.

También para nuestros padres por estar siempre presentes, por brindarnos ese amor incondicional y motivación para cada día seguir adelante con mucho esfuerzo y perseverancia.

Gracias a todos por ser parte de este logro tan importante para nosotros como estudiantes.

Agradecimientos

Antes de iniciar le queremos agradecer primordialmente a Dios por permitirnos llegar hasta el final de esta fase tan importante en nuestras vidas. Ya que él es nuestra fuerza y refugio en cada momento del camino, dándonos sabiduría, paciencia y fe para alcanzar la meta.

Y, por último, nos damos las gracias a nosotros mismos por creernos capaces, por sostenernos en los días difíciles, porque cada uno sabe lo que trabajó incansablemente. Porque nunca nos rendimos ni nos abandonamos en sí mismo, por ser personas fieles para lograr las metas propuestas cada día y por dar más de lo que recibimos siempre.

Hoy este logro es también una forma de reconocernos, de honrar el esfuerzo, la constancia y la verdad con la que hemos caminado juntos.

Contenido

Lista de tablas	7
Lista de figuras.....	8
Figura 2.	8
Lista de anexos.....	10
Resumen.....	11
Abstract.....	12
Introducción	13
CAPÍTULO I. Generalidades.....	14
Generalidades.....	14
1.1 Situación problema	14
1.2 Objetivos.....	17
1.2.1 Objetivo general.....	17
1.2.2 Objetivos específicos	17
1.3 Justificación e impacto.....	18
1.4 Marco Referencial.....	20
1.4.1 Antecedentes.....	20
1.4.2 Marco teórico.....	26
1.5 Diseño metodológico	29
1.5.1 Método o Tipo de investigación	29
1.5.2 Población	29
1.5.3 Técnicas e instrumentos de medición y análisis	31
Figura 2.	34
CAPÍTULO II.....	41
Marco conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial y su relación con el compromiso organizacional y el trabajo en equipo.	41
CAPÍTULO III.....	44
Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial relevantes desarrolladas por Essity – Grupo Familia en Colombia que se relaciona con el compromiso organizacional y el trabajo en equipo de sus empleados. .	44
CENTROS LOGÍSTICOS SOSTENIBLES:.....	44

VOLUNTARIADO CORPORATIVO:	45
PROGRAMA “RECICLAJE CON PROPÓSITO” Y FAMILIA GREEN:	45
PUBLICIDAD DIGITAL SOSTENIBLE:	46
CAMPAÑAS EDUCATIVAS DE LA MARCA NOSOTRAS:	46
CAPÍTULO IV.....	49
Analizar los resultados de la encuesta aplicada sobre el impacto de la Responsabilidad Social Empresarial de Essity – Grupo Familia, relacionado con el compromiso organizacional y trabajo en equipo.	49
CAPÍTULO V.....	53
Conclusiones.....	53
CAPÍTULO VI.....	55
Recomendaciones	55
Fortalecer la participación activa en iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial.....	55
Promover la visibilidad y el reconocimiento de los colaboradores.....	55
Desarrollar indicadores internos de percepción y participación en Responsabilidad Social Empresarial ..	56
Aporte al entorno académico	56
Referencias.....	57
Anexos	59

Lista de tablas

Tabla: Relación entre las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en Essity – Grupo Familia y teorías relacionadas.

Lista de figuras

Figura 1. Porcentaje de empleados motivados a comprometerse más con la empresa debido a las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de Essity – Grupo Familia.

Figura 2. Porcentaje de empleados que sienten que su trabajo contribuye a los objetivos sociales y ambientales de Essity – Grupo Familia.

Figura 3. Porcentaje de empleados que se sienten orgullosos de pertenecer a Essity gracias a las acciones de Responsabilidad Social Empresarial.

Figura 4. Porcentaje de empleados que consideran que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de Essity influyen positivamente en su deseo de permanecer en la empresa.

Figura 5. Porcentaje de empleados que sienten que las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial refuerzan su sentido de Responsabilidad hacia Essity.

Figura 6. Porcentaje de empleados que consideran que las actividades de Responsabilidad Social Empresarial fomentan la colaboración entre compañeros de trabajo.

Figura 5. Porcentaje de empleados que sienten que las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial refuerzan su sentido de Responsabilidad hacia Essity.

Figura 8. Porcentaje de empleados que consideran que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial promueven un ambiente laboral de respeto y apoyo mutuo.

Figura 9. Porcentaje de empleados que consideran que la Responsabilidad Social Empresarial de Essity contribuye a mejorar la comunicación dentro de los equipos de trabajo.

Figura 10. Porcentaje de empleados que consideran que las acciones sociales de la empresa generan un sentido de unidad entre los colaboradores.

Figura 11. Porcentaje de empleados que consideran que la empresa actúa de forma coherente con los valores que comunica.

Figura 12. Porcentaje de empleados que consideran que las acciones de Responsabilidad Social Empresarial reflejan un compromiso real y no solo de imagen.

Figura 13. Porcentaje de empleados que perciben autenticidad en las iniciativas sociales y ambientales de Essity.

Figura 14. Porcentaje de empleados que sienten identificados con las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial de Essity.

Figura 15. Porcentaje de empleados que consideran tener oportunidad para participar en actividades relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial.

Lista de anexos

Encuesta formulada para los 28 empleados de la empresa Essity – Grupo Familia.

Resumen

Esta propuesta tiene como objetivo analizar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial implementadas por Essity – Grupo Familia, enfocado en su impacto sobre el compromiso organizacional y el trabajo en equipo.

Se revisarán los conceptos teóricos claves de la Responsabilidad Social. Metodológicamente, se realizará un análisis cuantitativo de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de Essity – Grupo Familia, identificando áreas de mejora y proponiendo estrategias para fortalecer el compromiso y la colaboración entre los empleados.

Los resultados esperados incluyen una mejor comprensión de cómo la Responsabilidad Social Empresarial incluye en la cultura organizacional y recomendaciones prácticas para optimizar estos procesos.

Palabras claves:

Responsabilidad Social Empresarial, Trabajo en equipo, Compromiso organizacional, Cultura organizacional

Abstract

This proposal aims to analyze the Corporate Social Responsibility practices implemented by Essity – Group Family, focusing on their impact on organizational commitment and teamwork.

Key theoretical concepts of Corporate Social Responsibility will be reviewed. Methodologically, a quantitative analyze of Essity – Group Family Corporate Social Responsibility practices will be conducted, identifying areas for improvement and proposing strategies to strengthen employee commitment and collaboration.

The expected results include a better understanding of how Corporate Social Responsibility is integrated into the organizational culture and practical recommendations for optimizing these processes.

Keywords:

Corporate Social Responsibility, Teamwork, Organizational commitment, Organizational culture

Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial se ha consolidado como un componente clave en la gestión organizacional, impactando no solo la imagen corporativa, sino también el compromiso organizacional y el trabajo en equipo.

En relación actual la Responsabilidad Social Empresarial ha dejado de ser una práctica opcional para convertirse en una estrategia importante que influye directamente en la cultura organizacional.

En este contexto, Essity – Grupo Familia ha implementado diversas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial con el fin de fortalecer estos aspectos importantes dentro de su estructura. Sin Embargo, requiere la necesidad de comprender cómo estas prácticas conllevan en resultados concretos en términos de compromiso y trabajo en equipo.

Esta investigación tiene como propósito analizar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial por Essity – Grupo Familia en su relación con el compromiso organizacional y trabajo en equipo. A través de una revisión teórica, que aborda la Responsabilidad Social Empresarial como conjunto de acciones alineadas con valores éticos y su relación con la motivación organizacional.

Los objetivos de esta investigación incluyen revisar el marco teórico conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial, identificar las principales prácticas implementadas por la empresa y proponer estrategias para fortalecer los vínculos organizacionales.

La principal variable es el impacto de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en el compromiso organizacional y el trabajo en equipo.

CAPÍTULO I. Generalidades

Generalidades

1.1 Situación problema

Hoy en día, la Responsabilidad Social Empresarial se ha convertido en una parte muy importante para proponer estrategias en las empresas. Esto se debe a que no solo se relaciona con cuidar el medio ambiente o apoyar causas sociales, sino también con crear un ambiente laboral positivo para todos los empleados. Empresas como Essity – Grupo Familia que ejecutan a nivel nacional como internacional, se ha visto en la necesidad de incluir estas prácticas dentro su cultura organizacional y de esta manera fortalecer el compromiso con sus trabajadores e impulsar el trabajo en equipo (Carroll, 2016).

Sin embargo, a pesar de su importancia, todavía existe el problema de entender cómo estas acciones influyen realmente en el compromiso de los empleados y en su capacidad para trabajar de manera efectiva (Benedetti, Medina, & Zablonski, 2021).

En este sentido, la empresa Essity – Grupo Familia ha desarrollado diferentes iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial que buscan mejorar la relación de la empresa con la comunidad, con el medio ambiente y sobre todo con los empleados. A pesar de estos esfuerzos, no se cuenta con un análisis detallado que muestre cómo estas acciones influyen en el compromiso organizacional y en el trabajo en equipo. De igual manera esta falta de información hace que sea más difícil comprender los beneficios que realmente trae la Responsabilidad Social Empresarial y que le pueden aportar a la cultura organizacional. (J, G, & S, 2007).

Uno de los principales retos para las empresas es lograr que las acciones sociales y ambientales no queden solo en proyectos externos, sino que también tengan un impacto directo con el bienestar y la motivación de los empleados. En muchos casos, las empresas invierten en programas de Responsabilidad Social Empresarial sin medir de forma correcta los resultados que estas acciones tienen sobre el compromiso laboral. Según (Devinney, 2009) esta falta de evaluación puede hacer que los esfuerzos no generen los resultados esperados en el desempeño y en el trabajo en equipo.

También, el trabajo en equipo, que es uno de los apoyos de cualquier empresa, puede verse afectado por la manera en que gestionan las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial. Aunque muchas organizaciones promueven la colaboración a través de diferentes políticas internas, a veces estas estrategias no responden realmente a las necesidades de cada empleado ni fortalece una buena cultura organizacional. Por eso, es muy importante analizar cómo las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial pueden ayudar a mejorar las relaciones entre los equipos de trabajo. (J.S & R.E, 1999).

En el caso de la empresa Essity – Grupo Familia, ha venido implementando programas de Responsabilidad Social Empresarial tanto dentro como fuera de la organización, enfocados en la salud, en el bienestar de los empleados y en la sostenibilidad. Sin embargo, es necesario evaluar en qué medida estos esfuerzos han logrado crear un ambiente laboral más comprometido y colaborativo y en qué aspectos se pueden mejorar para seguir avanzando (Essity, 2022).

La falta de un análisis completo sobre la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y el compromiso organizacional en Essity – Grupo Familia demuestran la gran importancia de realizar una investigación que permita identificar las fortalezas y debilidades de la empresa en este tema. De esta manera, se podrán proponer las estrategias para que fortalezcan el compromiso y el trabajo en equipo, ayudando a contribuir una cultura organizacional más fuerte y alineada con los valores de la Responsabilidad Social Empresarial (Maignan & Ferrell, 2010-2017).

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Analizar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial implementadas por Essity – Grupo Familia, en relación con el compromiso organizacional y el trabajo en equipo.

1.2.2 Objetivos específicos

Revisar el marco conceptual de la Responsabilidad social Empresarial y su relación con el compromiso organizacional y el trabajo en equipo.

Identificar las principales prácticas de Responsabilidad Social Empresarial desarrolladas por Essity – Grupo Familia que se relacionan con el compromiso organizacional y el trabajo en equipo de sus empleados.

Analizar los resultados de la encuesta aplicada sobre el impacto de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de Essity – Grupo Familia, relacionado con el compromiso organizacional y el trabajo en equipo.

1.3 Justificación e impacto

Esta propuesta de investigación nace de la necesidad de comprender mejor cómo las acciones de Responsabilidad Social Empresarial pueden generar un gran impacto real dentro de las empresas, especialmente en sus empleados.

En el caso de la empresa Essity – Grupo Familia, que es muy reconocida en Colombia por sus productos de higiene, ha desarrollado diferentes iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial. Sin embargo, aún existe problemas importantes para lograr que estas acciones se perciban como auténticas y que los empleados las adopten realmente como parte de la cultura organizacional.

El propósito de esta investigación es analizar cómo estas prácticas pueden fortalecer los valores dentro de la empresa y mejorar la colaboración entre los equipos de trabajo. Además, busca proponer estrategias prácticas que permitan que la Responsabilidad Social Empresarial beneficien directamente a los empleados y a la empresa en general.

Si este tema no se investiga, la empresa Essity – Grupo Familia podría continuar aplicando acciones de Responsabilidad Social Empresarial sin conocer su verdadero impacto en los empleados. Esto podría también provocar desmotivación, una cultura organizacional débil y poca colaboración entre los equipos de trabajo, lo que afectaría la productividad y el éxito de la empresa a largo plazo.

Varias investigaciones realizadas muestran que cuando los empleados perciben que las acciones de Responsabilidad Social Empresarial son sinceras y coherentes con lo que la empresa realmente hace, aumenta su compromiso, mejora el ambiente laboral y se fortalece el sentido de pertenencia (Devinney, 2009). Por lo contrario, cuando hay una diferencia entre lo que la empresa dice y lo que hace, puede generarse desconfianza y una baja identificación con la organización. (Allen, 2020).

También es importante considerar que en Colombia existen formas muy particulares de entender la relación entre los empleados y las empresas. Por eso, esta investigación no solo puede beneficiar a Essity – Grupo Familia, sino también se espera servir como referencia para otras empresas que buscan ver una mejoría en su cultura organizacional a través de una Responsabilidad Social Empresarial más coherente y cercana a las personas. (J, G, & S, 2007).

Para finalizar, este trabajo pretende aportar muchas ideas y soluciones que ayuden a construir una empresa más humana, responsable y comprometida desde su interior.

Además, los resultados pueden servir como guía para los líderes y el área de recursos humanos, ayudándoles a diseñar estrategias que conecten más con las personas para que fortalezcan el compromiso organizacional y el trabajo en equipo.

1.4 Marco Referencial

1.4.1 Antecedentes

En Colombia, (Olano, 2014) realizó un análisis sobre la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial en diferentes organizaciones. Su estudio identificó que la Responsabilidad Social Empresarial suele asociarse con acciones humanitarias o campañas aisladas, más que con una verdadera estrategia dentro de la empresa. A través de entrevistas y revisión documental, el autor plantea que, para que la Responsabilidad Social Empresarial sea realmente efectiva, debe integrarse en la planeación y gestión de la organización y además ser percibida como auténtica por los empleados.

Por su parte, (Meza & Camargo, 2015) investigaron la relación entre la cultura organizacional y la planeación estratégica en empresas de Bucaramanga. Usando un enfoque descriptivo y correlacional, demostraron y concluyeron que cuando ambas dimensiones están alineadas se fortalece el desempeño empresarial, también el compromiso organizacional y la coherencia de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial dentro de la empresa.

Desde Medellín (Rosario, 2016), se realizó un estudio con una empresa del sector de alimentos. Mediante encuestas y análisis estadístico, se demostró que las buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial están directamente relacionadas con un mayor compromiso emocional por parte de los empleados. Este compromiso genera ambientes laborales más motivadores, colaborativos y con mayor disposición al trabajo en equipo, lo que refuerza la idea de que la Responsabilidad Social Empresarial no solo impacta externamente, sino también en la dinámica interna de las organizaciones.

De manera similar, (Peña, 2018) comparó la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia, España y otros países de Latinoamérica. Encontró que, muchos casos las empresas colombianas utilizan Responsabilidad Social Empresarial principalmente como una estrategia de imagen, sin lograr una verdadera apropiación interna. esto limita su impacto en el compromiso y en la motivación de los empleados.

En la misma línea, (Contreras, 2019) en su investigación “Efectos de la Responsabilidad Social Empresarial sobre la identificación organizacional de los empleados”, concluyó que los trabajadores se sienten más identificados con su empresa cuando perciben que las acciones de Responsabilidad Social Empresarial son auténticas y coherentes con los valores corporativos. Es decir que estas prácticas no deben quedarse solo en el discurso, sino que también se refleje en acciones reales y consistentes.

Asimismo, (Alquichire & Rivera, 2022) desarrollaron una investigación en Bucaramanga sobre las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en pequeñas y medianas empresas del sector servicios. El objetivo fue evaluar el efecto de cinco prácticas de Responsabilidad Social Empresarial interna sobre el compromiso organizacional. Los resultados mostraron que las acciones como el desarrollo profesional, el liderazgo participativo y el apoyo al bienestar de los empleados tienen impacto directo positivo en el compromiso organizacional, demostrando que la Responsabilidad Social Empresarial también puede fortalecer las relaciones internas dentro de la empresa.

A nivel internacional (Glavas, 2016) revisó diferentes estudios sobre la Responsabilidad Social Empresarial y el compromiso organizacional. El autor propuso un marco integrador denominado *micro-CSR*, que estudia como las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial

impactan en los empleados a nivel individual. Entre sus hallazgos más relevantes, concluyó que los empleados valoran mucho la autenticidad de las acciones sociales de su empresa. Cuando sienten que la organización realmente vive sus valores, los resultados son más positivos y aumenta su compromiso.

De igual manera, (Kim, 2018) investigó cómo la autenticidad percibida en las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial influye en la identificación organizacional y el compromiso afectivo de los empleados. Este estudio se basó en una encuesta aplicada a 38 empresas listadas en el Dow Jones Sustainability Index Corea, en el cual el resultado demostró que la percepción de autenticidad en acciones de Responsabilidad Social Empresarial influye directamente en la identificación de los empleados con la empresa y su disposición a colaborar dentro del equipo.

Finalmente, (Celis, 2017) analizaron las teorías que sustentaron la Responsabilidad Social Empresarial como la teoría de los Stakeholders y la dependencia de los recursos.

Responsabilidad Social Empresarial de Essity – Grupo Familia en Colombia

El propósito de la empresa Essity – Grupo Familia impulsa su compromiso con el bienestar social y ambiental, promoviendo el cambio positivo mediante la eliminación de barreras que afecta la salud y la higiene.

Esta visión fortalece el vínculo con empleados, clientes y aliados estratégicos generando impacto más allá del negocio. A través de la colaboración con sus grupos de interés, crea oportunidades para una sociedad más saludable, inclusiva y sostenible aportando soluciones innovadoras que mejoran la calidad de la vida mientras minimiza su huella ambiental.

Essity – Grupo Familia ha desarrollado una gran estratégica sólida de Responsabilidad Social Empresarial abarcando material como la sostenibilidad ambiental, la inclusión social y la gobernanza corporativa. En términos de reconocimiento a nivel global, Essity fue incluida por Corporate Knights como una de las 100 empresas más sostenibles del mundo y por Forbes Colombia como de los 50 líderes en sostenibilidad en el país (Essity, 2022). Durante los años 2023 y 2024, Essity se mantuvo en el puesto 43 del ranking Merco Responsabilidad ESG Colombia (Merco, 2024).

Su estrategia está alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenibles de la ONU, especialmente los ODS 3 (Salud y bienestar), 5 (Igualdad de género), 6 (Agua limpia y saneamiento), 12 (Producción y consumo responsable), 13 (Acción por el clima), y 15 (Vida de ecosistemas terrestres) lo que refleja su compromiso con una operación responsable que mejora el bienestar de las personas y contribuye a una sociedad más razonable. (Essity, 2022).

En el ámbito ambiental, entre 2016 y 2023 han logrado reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero en un 26%. Este resultado se logró mediante eficiencias energéticas en procesos productivos y la disminución del uso de combustibles fósiles en sus plantas de producción (*El Colombiano*, 2025). En Colombia, esta reducción significó dejar de emitir 21.300 toneladas de CO₂, equivalente a la absorción de 2360 hectáreas de pinos en un año, lo que demuestra el impacto tangible de sus políticas ambientales (Essity, 2022). Un ejemplo de esto es la granja solar inaugurada en Puerto Tejada en 2023 que genera 19 megavatios de energía limpia y cubre el 43% de la demanda energética de su complejo industrial. La decisión de invertir en energía solar responde a la meta global de Essity de alcanzar la neutralidad de carbono para el año 2050. Un hito relevante a este respecto fue la certificación de Carbono Neutro en la planta Rionegro obtenida en octubre de 2020. Para lograrla, Essity implementó un plan integral que

incluyó el uso de energías renovables certificadas, reducción de emisiones directas y compensación de la huella de carbono mediante proyectos de conservación en el oriente de Antioquia. Esta certificación, otorgada por Mas bosques a través del programa BancO2 Plus, posiciona a la planta como pionera en Colombia dentro del sector de higiene y cuidado personal (Essity, 2020).

Además, ha implementado un piloto de movilidad sostenible no solo refleja un compromiso con el planeta, sino que también genera un entorno laboral más saludable y responsable, lo cual influye positivamente en la percepción de los colaboradores de la empresa Essity – Grupo Familia.

En sus procesos logísticos, la empresa inauguró en Rionegro, Antioquia, el centro de distribución automatizado más alto de Latinoamérica, que ha mejorado la eficiencia operativa en un 33% y reducido unas 97 toneladas de CO2 al año, equivalente a una disminución del 55% respecto al edificio anterior (Essity, 2022) Este centro genera el 45% de las ventas nacionales y permite exportaciones a 25 países, contribuyendo también a mejoras condiciones laborales y oportunidades de desarrollo personal.

Desde el enfoque social, Essity – Grupo Familia ha beneficiado a más de 7.000 recicladores mediante el programa “Reciclaje con Propósito”, que incorpora materiales reciclados en la línea Familia Green, elaborada con fibras 100% recicladas y certificadas por FSC – R. Además, el 5% de las ventas en línea se destina a mejorar la calidad de vida de los recicladores (Essity, 2022). Estas acciones promueven el voluntariado y fortalecen el sentido de pertenencia entre los colaboradores.

Asimismo, la marca Nosotras ha lanzado la campaña “Bullying For Loving” desde el año 2016 con el objetivo de romper los tabúes sobre la menstruación y promover el empoderamiento femenino. Sabemos que muchas veces el tema de la menstruación está rodeado de mitos y vergüenza, lo que afecta a las personas, especialmente en jóvenes, en su autoestima y bienestar. Por eso a través de actividades educativas en colegios y campañas en redes sociales, la empresa busca generar un espacio donde se pueda hablar abiertamente sobre la menstruación, eliminar prejuicios y fomentar el respeto hacia los demás. Cada año, se trabaja con más de 2.500 colegios en Colombia y se logra impactar a más de 75 millones de personas en toda Latinoamérica. Esta campaña no solo contribuye a que las personas se sientan más seguras y libres, sino que también genera un cambio cultural, ayudando a que la sociedad sea más abierta y empática, donde la menstruación deje de ser un tema de vergüenza y se convierta en una parte natural del cuidado y respeto por el cuerpo (Essity, 2022).

La empresa comprometida con la comunicación responsable y la sostenibilidad, ha desarrollado campañas digitales en colaboración con ThanksToYou para reducir su huella de carbono. Gracias a esta alianza, en el año 2024 lograron compensar todas las emisiones de CO₂ generadas, alcanzando la neutralidad de carbono. A través de formatos publicitarios, se evitó la emisión de 9.500 kg de CO₂, lo que equivale a recorrer 38.000 km en automóvil más o menos. Esta iniciativa refleja el compromiso de la empresa con el medio ambiente y su esfuerzo por promover prácticas más sostenibles en sus estrategias de comunicación (Essity, 2022).

En conjunto, estas acciones fortalecen la cultura organizacional, integrando la sostenibilidad y la Responsabilidad Social Empresarial como parte esencial de la identidad corporativa de Essity – Grupo Familia.

1.4.2 Marco teórico

Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial es el compromiso de las empresas para actuar de manera ética, cuidar el medio ambiente y contribuir al bienestar de la sociedad, sin dejar de lado el objetivo de generar ganancias. Es más que solo hacer dinero: las empresas tienen la responsabilidad de cumplir con la ley, ser honestas en sus prácticas y ayudar a mejorar la comunidad. Esto, según (Carroll, 2016) significa que las empresas deben tener en cuenta no solo el beneficio económico, sino que también el impacto social y ambiental de sus acciones.

Pero ¿por qué es importante para las empresas? Según (Devinney, 2009), si una empresa integra la Responsabilidad Social Empresarial en su estrategia, puede convertirla en una ventaja competitiva, creando lo que se llama “valor compartido”. Es decir, las empresas que actúan de manera responsable pueden destacarse en el mercado y atraer a los clientes que valoran estos esfuerzos.

(J, G, & S, 2007) también resalta que la Responsabilidad Social Empresarial tiene el poder de marcar una diferencia significativa, pero solo si es auténtica y está alineada con los valores de la empresa. No se trata de hacer acciones de Responsabilidad Social Empresarial solo por marketing, debe ser por parte de la cultura organizacional de cada empresa.

Compromiso organizacional

El compromiso organizacional se refiere al grado de vínculo emocional, moral y racional que une al empleado con la empresa. Según (Maignan & Ferrell, 2010-2017) este compromiso es un indicador importante que predice el comportamiento laboral, como la productividad, la satisfacción en el trabajo y la retención del talento.

(Allen, 2020) clasifica el compromiso en tres tipos: por efectivo (por gusto), de continuidad (por necesidad) y normativo (por deber). Un alto nivel de compromiso, especialmente el tipo efectivo, tiene un impacto positivo en la motivación, el rendimiento y la permanencia de los empleados dentro de la empresa.

Por otra parte, (J, G, & S, 2007) resalan que el compromiso se fortalece a través de la reciprocidad, cuando los empleados sienten que son más valorados, escuchados y que sus objetivos están alineados con los de la empresa. Este vínculo emocional y profesional crea un ambiente en el que los empleados están más motivados, comprometidos y dispuestos a aportar al éxito de la empresa.

Relación entre Responsabilidad Social Empresarial y compromiso organizacional

Cuando los empleados creen que la empresa actúa con responsabilidad y coherencia sienten mayor orgullo y conexión con la organización. Esto fortalece el compromiso organizacional especialmente cuando las acciones de Responsabilidad Social Empresarial benefician directamente a los trabajadores (Kim, 2018). (Glavas, 2016) menciona que los empleados desarrollan mayor identificación con la empresa cuando las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial se perciben como coherentes con los valores corporativos y

no meramente simbólicos. En Colombia, (Contreras, 2019) evidenciaron que la Responsabilidad Social Empresarial sustancial mejora la identificación organizacional, mientras que la Responsabilidad Social Empresarial simbólica puede generar desconfianza y desmotivación.

Relación entre Responsabilidad Social Empresarial y trabajo en equipo

La Responsabilidad Social Empresarial mejora el trabajo en equipo. Tienen un impacto directo en el trabajo en equipo dentro de las empresas. Cuando una organización promueve valores como el respeto, la inclusión y el bienestar de sus empleados, se crean relaciones laborales más saludables, lo que favorece la colaboración. Según (Celis, 2017) esto no solo mejora el ambiente de trabajo, sino que también fortalece la confianza entre los empleados, permitiéndoles trabajar de manera más efectiva en equipo, tanto para el beneficio de la empresa como para su propio desarrollo.

(Contreras, 2019) señala que una Responsabilidad Social Empresarial auténtica fortalece el sentido de propósito compartido entre los miembros de la empresa. Esto quiere decir que, en mayor cohesión grupal, donde todos los empleados se sienten parte de un mismo objetivo y por lo tanto más comprometidos. Además, en un estudio realizado por (Turker, 2009) se encontró que las acciones de Responsabilidad Social Empresarial orientadas al bienestar interno, como programas de salud o iniciativas que fomentan el cuidado del empleado, generan un ambiente de confianza, la comunicación y la resolución de conflictos dentro del equipo.

1.5 Diseño metodológico

1.5.1 Método o Tipo de investigación

Este trabajo es tipo de investigación exploratoria mixta porque buscamos entender cómo los empleados de la empresa Essity – Grupo Familia perciben las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial y de cómo estas influyen en su compromiso con la empresa y el trabajo en equipo.

La investigación será documental y analítica, basada en la revisión de textos, informes y casos sobre Responsabilidad Social Empresarial en la empresa Essity – Grupo Familia. No se hará experimentos ni cambios en la empresa, porque solo se analizará la información para proponer mejoras. Adicional a la investigación se aplicará una encuesta para los empleados de la empresa y de esta manera permitir conocer sus opiniones, experiencias y sentimientos sobre el tema de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial.

1.5.2 Población

En Colombia, la empresa Essity – Grupo Familia cuenta con más de 3.500 colaboradores entre todas las áreas fundamentales de la compañía. Manufactura, logística, área administrativa, Trade Marketing, comercial y ventas, también se apoya 157 agentes distribuidores.

1.5.2.1 Muestra

La muestra de esta investigación estará compuesta por un total de 28 colaboradores de Essity – Grupo Familia, distribuidos entre 2 ciudades importantes para la operación de la empresa. Se seleccionaron los empleados asignados a las oficinas principales en Bucaramanga, Santander y los colaboradores radicados en Cúcuta, Norte de Santander.

De los 28 colaboradores, 7 están ubicados en la ciudad de Cúcuta y 21 en Bucaramanga. Esta distribución geográfica permite obtener una visión representativa de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial y su impacto tanto en una oficina central como en una sede ubicada en otra región. Los colaboradores seleccionados abarcan diversas áreas funcionales y operativas dentro de la empresa, lo que garantiza que la muestra sea diversa y refleje diferentes perspectivas sobre el impacto de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

Es importante resaltar que la elección de estos empleados responde a la relevancia de su experiencia directa con las iniciativas, lo que permite obtener datos válidos sobre cómo perciben y se ven afectados por estas prácticas en su lugar de trabajo. La muestra ha sido seleccionada de manera que incluya tanto empleados con roles administrativos en Bucaramanga como operativos y de soporte en Cúcuta, asegurando así una mejor representación adecuada.

1.5.3 Técnicas e instrumentos de medición y análisis

Fase 1: Recolección de información

En esta fase, el objetivo es obtener datos relevantes que permitan comprender las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de Essity – Grupo Familia y su impacto en el compromiso organizacional y el trabajo en equipo.

Técnicas

Para llevar a cabo esta investigación, se utilizarán diversas técnicas que ayudarán a recolectar información importante sobre las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en Essity – Grupo Familia, con el objetivo de entender cómo impactan en el compromiso organizacional y en el trabajo en equipo. Las principales técnicas que se utilizarán son las siguientes:

REVISIÓN DOCUMENTAL: Esta técnica consiste en revisar fuentes secundarias, cómo informes internos, estudios académicos y publicaciones de la propia empresa sobre sus prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. Este análisis permitirá obtener una revisión general sobre cómo Essity – Grupo Familia enfoca la Responsabilidad Social y cómo estas prácticas se alinean con los valores de la empresa.

ENCUESTAS EMPLEADOS: Se diseñará una encuesta con preguntas de escala lineal para conocer la opinión de los empleados sobre la autenticidad de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, su influencia en el trabajo en equipo y su nivel de compromiso. La encuesta se enviará de manera digital a los 28 empleados de Essity – Grupo Familia, garantizando que todos puedan participar de forma accesible.

Fase 2: Análisis de la información

Una vez que la información se ha recolectado, el siguiente paso es analizarla para identificar patrones, tendencias y relaciones significativas que permitan evaluar cómo las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial influyen en el compromiso organizacional y el trabajo en equipo.

Técnicas

Esta fase, se llevará a cabo un análisis cuantitativo de los datos obtenidos a través de la encuesta, con el fin de evaluar la relación entre la percepción de los empleados sobre la autenticidad de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial y el compromiso organizacional. Para eso, se utilizarán técnicas estadísticas que permitan analizar y medir de manera clara los resultados obtenidos.

ANÁLISIS CUANTITATIVO: A través de las respuestas de la encuesta, se realizará un análisis estadístico para medir la relación entre la percepción de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial y el nivel de compromiso organizacional. Se utilizará herramientas como Excel para procesar los datos y generar gráficos en forma de torta que puedan facilitar la interpretación de los resultados

Fase 3: Análisis e interpretación de resultados

En esta fase, se procederá a analizar los resultados obtenidos tanto de la revisión documental como de la encuesta hacia los empleados. Con el fin de identificar patrones y relaciones que permitan entender cómo las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de Essity – Grupo Familia impactan en el compromiso organizacional y el trabajo en equipo.

Técnicas

Para la interpretación de los resultados, se utilizaron métodos cualitativos y cuantitativos. En primer lugar, se analizaron las respuestas de la encuesta mediante un enfoque estadístico para identificar tendencias y relaciones significativas entre la percepción de los empleados sobre la Responsabilidad Social Empresarial y su compromiso. Después, se complementará el análisis con una revisión de los documentos y estudios previos, con el fin de comprobar los datos obtenidos y obtener una visión más clara de los efectos de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

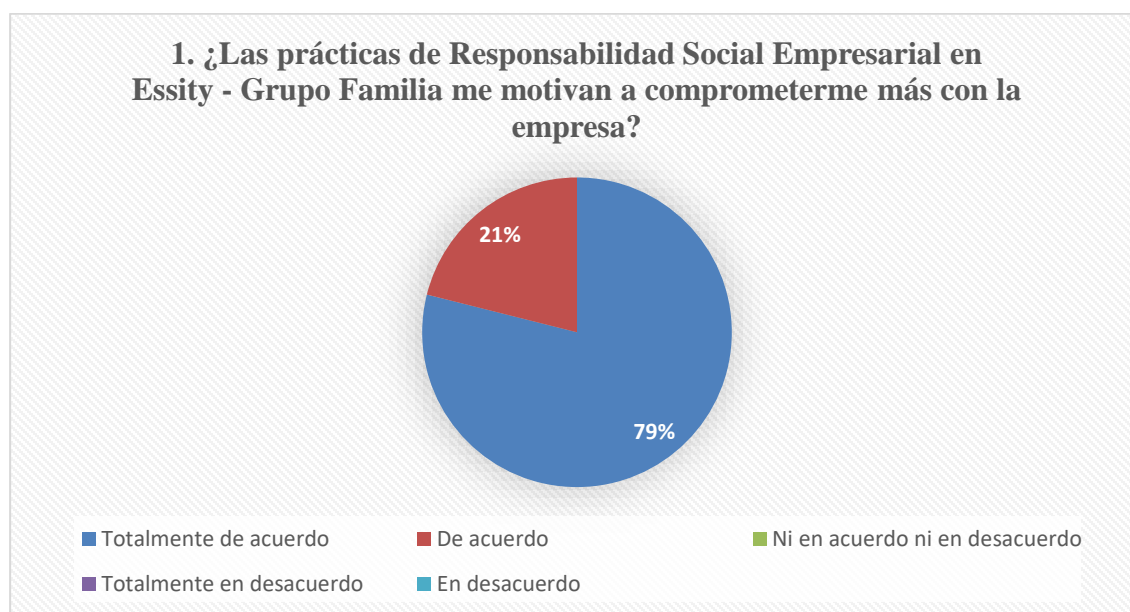


Figura 1. Porcentaje de empleados motivados a comprometerse más con la empresa debido a las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de Essity – Grupo Familia.

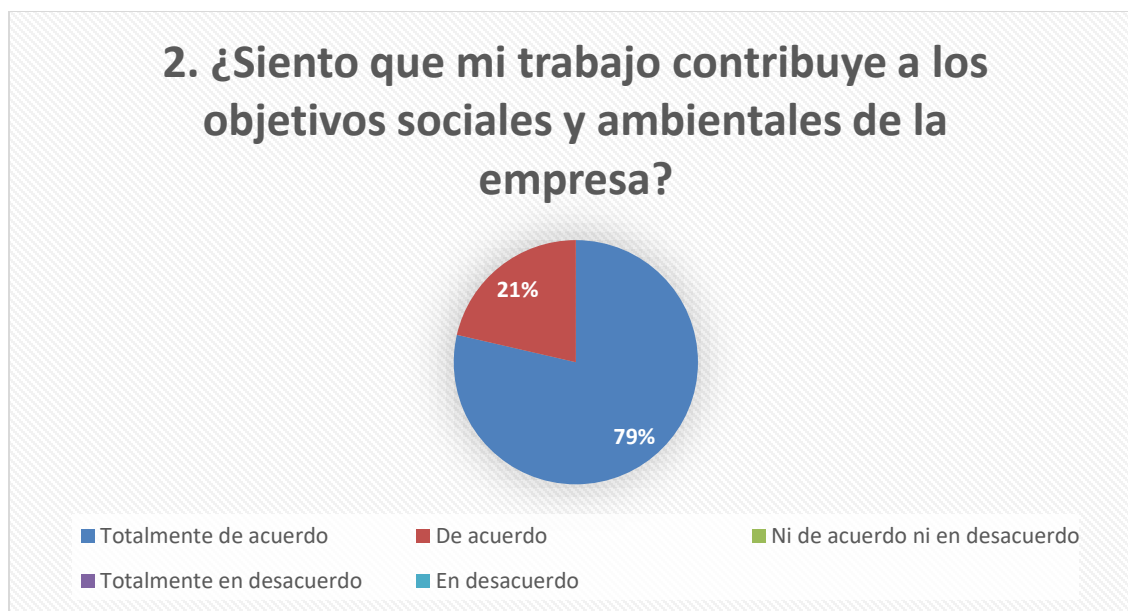


Figura 2. Porcentaje de empleados que sienten que su trabajo contribuye a los objetivos sociales y ambientales de Essity – Grupo Familia.

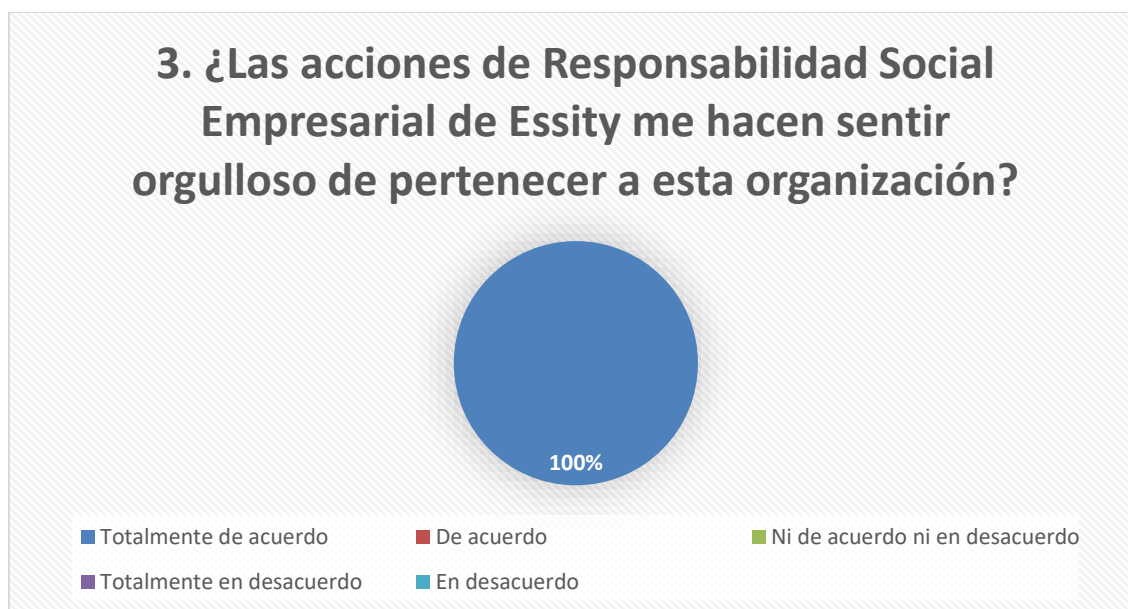


Figura 3. Porcentaje de empleados que se sienten orgullosos de pertenecer a Essity gracias a las acciones de Responsabilidad Social Empresarial.

4. ¿Considero que la Responsabilidad Social Empresarial de Essity influye positivamente en mi deseo de permanecer en ella?

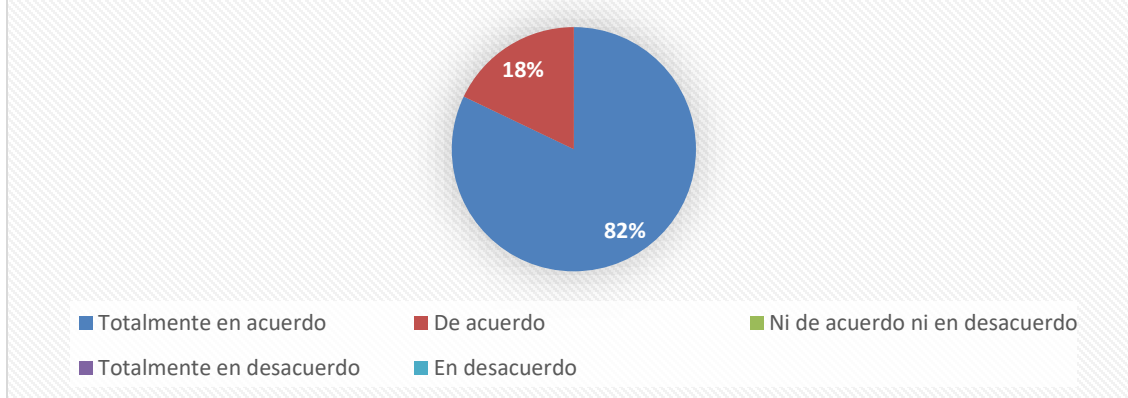


Figura 4. Porcentaje de empleados que consideran que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de Essity influyen positivamente en su deseo de permanecer en la empresa.

5. ¿Las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial refuerzan mi sentido de responsabilidad hacia la empresa?



Figura 5. Porcentaje de empleados que sienten que las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial refuerzan su sentido de Responsabilidad hacia Essity.



Figura 6. Porcentaje de empleados que consideran que las actividades de Responsabilidad Social Empresarial fomentan la colaboración entre compañeros de trabajo.



Figura 7. Porcentaje de empleados que consideran que participar en iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial ha fortalecido su relación con otros miembros del grupo.

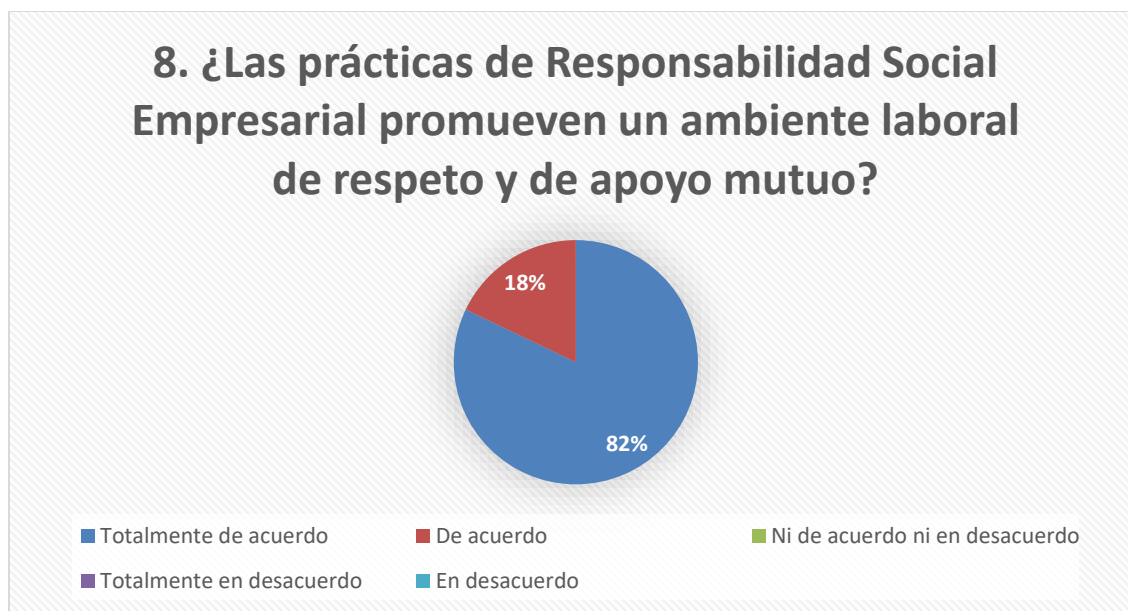


Figura 8. Porcentaje de empleados que consideran que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial promueven un ambiente laboral de respeto y apoyo mutuo.



Figura 9. Porcentaje de empleados que consideran que la Responsabilidad Social Empresarial de Essity contribuye a mejorar la comunicación dentro de los equipos de trabajo.



Figura 10. Porcentaje de empleados que consideran que las acciones sociales de la empresa generan un sentido de unidad entre los colaboradores.



Figura 11. Porcentaje de empleados que consideran que la empresa actúa de forma coherente con los valores que comunica.

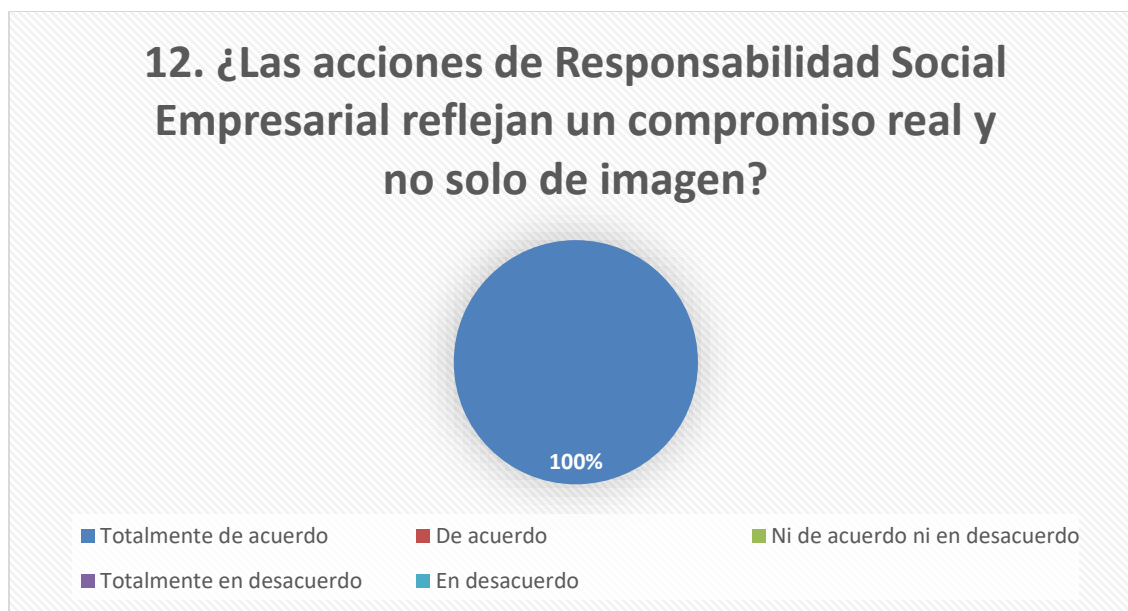


Figura 12. Porcentaje de empleados que consideran que las acciones de Responsabilidad Social Empresarial reflejan un compromiso real y no solo de imagen.



Figura 13. Porcentaje de empleados que perciben autenticidad en las iniciativas sociales y ambientales de Essity.



Figura 14. Porcentaje de empleados que sienten identificados con las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial de Essity.

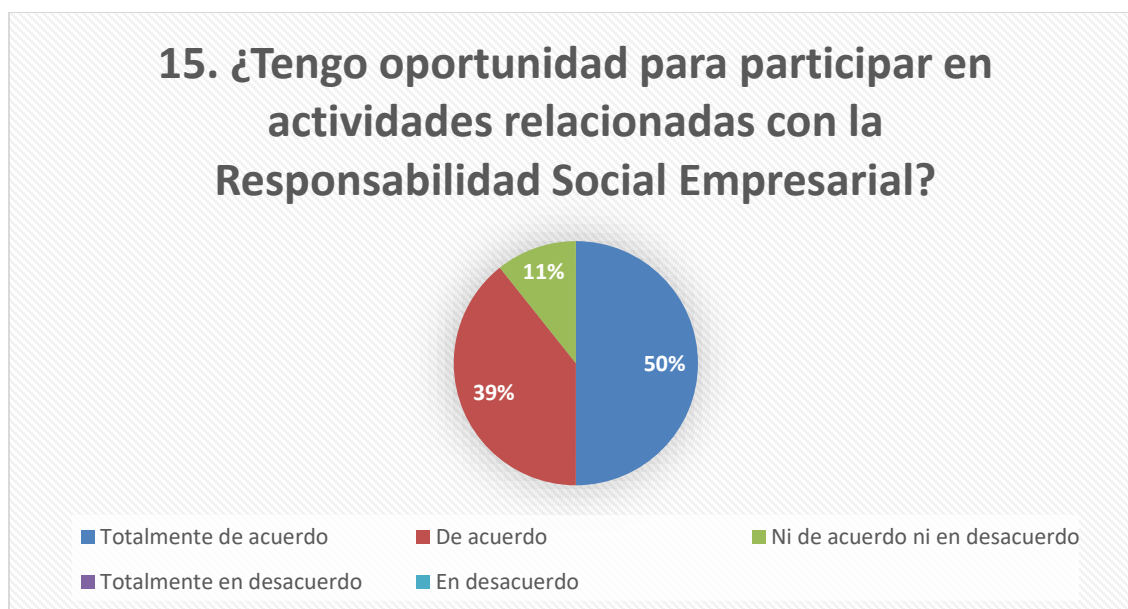


Figura 15. Porcentaje de empleados que consideran tener oportunidad para participar en actividades relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial.

CAPÍTULO II

Marco conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial y su relación con el compromiso organizacional y el trabajo en equipo.

La revisión teórica permitió evidenciar que la Responsabilidad Social Empresarial va mucho más allá de la imagen externa de una empresa. No solo mejora la reputación ante los consumidores, sino que también transforma las dinámicas internas, creando un entorno de trabajo más humano y sostenible. Según (Carroll, 2016), la Responsabilidad Social Empresarial tiene cuatro niveles importantes que son económico, legal, ético y filantrópico. Esto significa que las empresas no solo deben cumplir con las normativas y generar beneficios económicos, sino también contribuir activamente al bienestar de los empleados y al cuidado del medio ambiente. En otras palabras, las empresas deben pensar en el impacto que tienen en el mundo y tomar decisiones que beneficien tanto a sus empleados como a la comunidad.

Por otro lado, (Allen, 2020) introduce el concepto de “valor compartido”, que destaca cómo las empresas pueden generar ingresos al resolver problemas sociales. Esta visión integra la sostenibilidad como una fuente de innovación y crecimiento, mostrando que el bienestar social y la rentabilidad no son opuestos, sino complementarios. Es decir, las empresas que incorporan la Responsabilidad Social Empresarial a su estrategia no solo hacen el bien, sino que también se benefician a nivel económico.

Desde una perspectiva más amplia, la teoría de los Stakeholders (Contreras, 2019) sostiene que las empresas deben considerar los intereses de todos los grupos involucrados (empleados, clientes, proveedores, comunidad, etc.) para crear relaciones más equilibradas y duraderas.

En este sentido (Benedetti, Medina, & Zablonski, 2021) destacan que la legitimidad de una empresa depende de cómo se gestione la relación con esos grupos, y que la Responsabilidad Social Empresarial es una gran herramienta importante para contribuir confianza y transparencia. Si una empresa es coherente en sus acciones, especialmente con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial, puede ganar la confianza de sus empleados y de la sociedad en general.

Sin embargo, (J, G, & S, 2007) advierten que, aunque la Responsabilidad Social Empresarial puede ser una ventaja competitiva, solo lo será si es percibida como auténtica. Sin las empresas lo usan solo de manera simbólica o para mejorar su imagen sin compromiso real, esto puede generar escepticismo y perjudicar la cultura organizacional. Es aquí donde la autenticidad juega un papel importante, ya que según (Glavas, 2016), cuando los empleados perciben que las acciones de Responsabilidad Social Empresarial están alineadas con los valores de la empresa, su compromiso se fortalece aún más. Esto traduce en un mayor sentido de pertenencia y motivación, lo que impacta positivamente en el rendimiento y la satisfacción laboral.

La autenticidad también es importante para fomentar la colaboración dentro de la empresa. (Kim, 2018) demuestra que cuando las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial son auténticas, se genera un ambiente de confianza entre los compañeros, lo que mejora la comunicación, la colaboración y la resolución de conflictos. En el contexto colombiano, (Contreras, 2019) distingue entre dos tipos de Responsabilidad Social Empresarial, la sustancial y la simbólica. La sustancial es aquella que realmente contribuye al bienestar de los empleados y la sociedad, mientras que la simbólica, aunque puede ser útil para la imagen, no tiene un impacto real y puede generar desmotivación en el equipo.

Por otro lado, (Allen, 2020) señala que cuando los empleados tienen la oportunidad de participar activamente en iniciativas sociales y ambientales, se crea un ciclo de reciprocidad, lo que genera un mayor sentido de pertenencia y compromiso organizacional. Este tipo de participación no solo beneficia a la empresa en términos de reputación, sino que también fortalece la conexión emocional de los empleados con la empresa.

Además, el compromiso organizacional se puede entender a través de tres componentes que son afectivo, de continuidad y normativo. (Allen, 2020) destaca que el compromiso afectivo es más valioso, ya que está basado en la identificación emocional del empleado con la empresa. (Benedetti, Medina, & Zablonki, 2021) refuerzan esta idea al señalar que el compromiso no solo está relacionado con la motivación, sino también con la satisfacción y la retención del talento, lo cual es importante para el éxito a largo plazo de cualquier organizacional.

Finalmente, la Responsabilidad Social Empresarial impacta directamente en el trabajo en equipo. (Celis, 2017) sostiene que las prácticas que promueven el respeto, la inclusión y el bienestar son importantes para mejorar la colaboración y las relaciones interpersonales en el lugar de trabajo. (Devinney, 2009) también menciona que una Responsabilidad Social Empresarial auténtica fomenta la cohesión y el compromiso colaborativo, ya que cuando los empleados sienten que la empresa se preocupa por ellos y por la sociedad, se genera un ambiente más positivo y motivador. Asimismo, la Responsabilidad Social Empresarial orientada al bienestar interno refuerza la confianza entre los compañeros, lo que mejora la comunicación y facilita el trabajo conjunto. (Devinney, 2009) concluye que cuando los empleados se sienten identificados con las causas que apoya su empresa, se refuerza su compromiso organizacional y se fortalece la cultura interna, creando equipos más motivados y cohesionados.

CAPÍTULO III

Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial relevantes desarrolladas por Essity – Grupo Familia en Colombia que se relaciona con el compromiso organizacional y el trabajo en equipo de sus empleados.

Para este objetivo se recopila y analiza la información sobre las principales acciones de Responsabilidad Social Empresarial que Essity – Grupo Familia ha implementado en Colombia.

Se identifica también que la empresa ha desarrollado iniciativas en sostenibilidad ambiental, inclusión social, educación comunitaria y comunicación responsable, las cuales se alinean con su propósito global de “Romper barreras por el sistema” (Essity, 2022).

CENTROS LOGÍSTICOS SOSTENIBLES: Essity – Grupo Familia ha invertido en infraestructura moderna y sostenible, destacando el uso de energía solar en la planta de Puerto Tejada y la mejora de la eficiencia energética en el centro logístico automatizado de Rionegro. Estas acciones influyen la reducción del 27% en emisiones de CO₂ y una mejora del 21% en eficiencia energética, lo que también ha llevado a una reducción de emisiones de CO₂ a un 56% y a una mejora del 33% en los tiempos de despacho. La implementación de nuevas tecnologías ha requerido procesos de capacitación y adaptación en los equipos logísticos, fortaleciendo el trabajo en equipo y la colaboración entre los empleados (Essity, 2022).

Estas iniciativas no solo contribuyen a la sostenibilidad ambiental, sino que también mejoran la experiencia laboral de los empleados, incrementando su motivación y lealtad hacia la empresa (Allen, 2020). Además, promueven la colaboración interdepartamental y el aprendizaje colectivo (Contreras, 2019).

VOLUNTARIADO CORPORATIVO: desde 2022, más de 17.000 personas han sido beneficiadas por el programa de voluntariado corporativo de Essity en América Latina, con más de 1.000 voluntariados de Essity – Grupo Familia participando activamente. Este programa está alineado y coordinado desde Colombia, e incluye actividades como el mejoramiento de espacios comunitarios, educación en higiene y apoyo a comunidades vulnerables.

La participación en estas actividades refuerza el sentido de propósito y pertenencia de los empleados hacia la empresa y al involucrarse en actividades sociales, se fomenta la reciprocidad y lealtad hacia Essity (Celis, 2017). Además, permite que los empleados de diferentes áreas colaboren fuera del entorno laboral, lo que mejora la comunicación, la confianza y el trabajo en equipo.

PROGRAMA “RECICLAJE CON PROPÓSITO” Y FAMILIA GREEN: La empresa Essity – Grupo Familia ha implementado el programa “reciclaje con propósito” que ha beneficiado a más de 7.000 recicladores en Colombia, promoviendo la economía circular y dignificando el trabajo de los recicladores de oficio. Otras acciones importantes incluyen la entrega de 25 vivienda a recicladores desde el 2020, a través de la fundación Grupo Familia.

Estas iniciativas no solo fomentan la sostenibilidad ambiental, sino que también refuerzan el compromiso de los empleados con los valores de la empresa. Al ver que su empresa tiene un impacto social y ambiental positivo, los empleados desarrollan un mayor sentido de pertenencia y orgullo (Kim, 2018). La colaboración interdepartamental para implementar estos programas de producción, logística, comunicación y sostenibilidad también fortalecen la cohesión grupal y el sentido de propósito compartido (Benedetti, Medina, & Zablonki, 2021).

PUBLICIDAD DIGITAL SOSTENIBLE: Essity – Gripo Familia ha desarrollado campañas de publicidad digital sostenible en alianza con la empresa emergente ThanksToYou, logrando así la reducción de 2.800 kg de CO₂ y compensación de 6.000 kg, alcanzando la neutralidad de carbono.

Estas acciones refuerzan la coherencia entre lo que la empresa comunica y lo que realmente hace, lo que es importante para generar confianza y un compromiso emocional en los empleados (Glavas, 2016). Además, la ejecución de estas campañas requiere la coordinación entre los equipos de marketing, sostenibilidad y tecnología, promoviendo la colaboración y el aprendizaje mutuo (Contreras, 2019).

CAMPAÑAS EDUCATIVAS DE LA MARCA NOSOTRAS: La campaña “Bullying For Loving” lidera por la marca Nosotras, ha impactado a más de 75 millones de personas en Latinoamérica y se ha trabajado con más de 2.500 colegios en Colombia, promoviendo valores como empoderamiento, respeto, empatía y salud menstrual. Las actividades importantes incluyen los talleres educativos y distribución gratuita de kits y de higiene femenina en colegios.

Estas campañas generan orgullo en los empleados, especialmente en quienes participan como voluntariados de marca. Además, fortalecen el compromiso organizacional al involucrar a los empleados en actividades que van más allá de su trabajo diario, promoviendo la colaboración efectiva y el trabajo en equipo (Essity, 2022).

Práctica de Responsabilidad Social Empresarial	Eje temático	Justificación teórica	Autor relacionado
Reciclaje con propósito y Familia Green	Compromiso organizacional	Los empleados desarrollan orgullo y pertenencia al ver el impacto social y ambiental positivo de su empresa. La entrega de viviendas a recicladores refuerza el orgullo y la identificación con la empresa.	(Kim et al., 2018)
	Trabajo en equipo	La colaboración entre áreas para implementar el programa fomenta la cooperación interdisciplinaria. La ejecución del proyecto involucra múltiples áreas, promoviendo la colaboración interna.	(Brunton et al., 2020)
Publicidad digital sostenible	Compromiso organizacional	Refuerza la coherencia entre discurso y acción, generando confianza y compromiso emocional.	(Glavas, 2016)
	Trabajo en equipo	Requiere coordinación entre equipos de marketing, sostenibilidad y tecnología.	(Bailey et al., 2017)
Centros logísticos sostenibles	Compromiso organizacional	Demuestra inversión en bienestar laboral, incrementando motivación y lealtad.	(Mayer & Allen, 1991)
	Trabajo en equipo	La implantación tecnológica fortalece la colaboración y el aprendizaje colectivo.	(Chiavenato, 2009)

Campañas educativas Nosotras	Compromiso organizacional	Generan orgullo en los empleados al identificarse con causas sociales.	(Dutton et al., 2006)
	Trabajo en equipo	Promueven valores como empatía y respeto, importantes para la cohesión grupal.	(Turker, 2009)
Voluntariado corporativo	Compromiso organizacional	Refuerza el sentido de propósito y pertenencia mediante la participación social.	(Aguilera et al., 2007)
	Trabajo en equipo	Permite colaboración entre empleados de distintas áreas, fortaleciendo la confianza.	(Bailey et al., 2017)

Tabla: Relación entre las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en Essity – Grupo Familia y teorías relacionadas.

CAPÍTULO IV

Analizar los resultados de la encuesta aplicada sobre el impacto de la Responsabilidad Social Empresarial de Essity – Grupo Familia, relacionado con el compromiso organizacional y trabajo en equipo.

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los empleados de Essity – Grupo Familia, cuyo objetivo fue evaluar el impacto de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en el compromiso organizacional y el trabajo en equipo. A través de un análisis estadístico de las respuestas, se busca identificar patrones que permitan comprender cómo estas prácticas influyen en la motivación, colaboración, compromiso y trabajo en equipo de los empleados.

La encuesta constó de una serie de preguntas formuladas en una escala lineal de Likert, que permitió medir la percepción de los empleados en su relación con la autenticidad de las prácticas, su impacto en el trabajo en equipo y el nivel de compromiso organizacional. La muestra estuvo compuesta por 28 empleados de Essity – Grupo Familia, quienes completaron la encuesta de manera digital.

Las preguntas de la encuesta se agruparon en cuatro énfasis principales:

Compromiso organizacional, trabajo en equipo, coherencia (autenticidad) y apropiación (sentido de pertenencia/participación)

RESULTADOS DE COMPROMISO ORGANIZACIONAL

Se evaluó el nivel de compromiso organizacional de los empleados en relación con las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. El 90% de los empleados manifestó sentirse más motivado y comprometido con la empresa debido a las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial. Un 8% señaló que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial no han tenido un impacto significativo en el nivel de compromiso, mientras que el 2% indicó que estas prácticas incluso han disminuido su motivación hacia la empresa.

Estos hallazgos (90% de los empleados más comprometidos) reflejan lo que se analiza en el Modelo de Compromiso Organizacional de Meyer y Allen (1991) que identifica tres dimensiones: compromiso afectivo (surge cuando los empleados se identifican emocionalmente con la organización), compromiso normativo (relacionado con la obligación moral de permanecer en la empresa) y compromiso de continuidad (basado en los costos percibidos de abandonar la empresa).

Se evidencia una correlación positiva entre la implementación de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial y el fortalecimiento del compromiso organizacional. Entonces, la gran mayoría de los empleados se sienten más comprometidos con la empresa Essity – Grupo Familia como resultado de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, lo que refuerza la importancia de estas iniciativas en la construcción de un buen ambiente de trabajo positivo y alineado con los valores de la empresa.

RESULTADOS DE TRABAJO EN EQUIPO

En cuanto al impacto de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en el trabajo en equipo, los resultados son igualmente motivadores. Un 80% de los empleados afirmó que las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial han mejorado la colaboración y comunicación entre los equipos, mientras que el 20% consideró que el impacto ha sido moderado.

Entonces los datos sugieren que las acciones de Responsabilidad Social Empresarial promovidas por la empresa han tenido un impacto positivo en el trabajo en equipo de los empleados actuando como un factor cultural integrador. Estas prácticas parecen haber favorecido la cohesión y colaboración entre equipos, lo cual es importante para mejorar la eficiencia y el ambiente laboral.

RESULTADOS DE COHERENCIA (AUTENTICIDAD)

Una de las preguntas se centró en evaluar cómo perciben los empleados las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial implementadas por Essity – Grupo Familia. Los Resultados indican que todos los empleados abarcan el 100% que consideran que las prácticas son auténticas y están alineadas con los valores de la empresa. Esto se alinea con lo que dice Glavas (2016) donde menciona que los empleados desarrollan mayor identificación con la empresa cuando las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial se perciben como coherentes con los valores corporativos. Entonces estos resultados resaltan que la autenticidad de estas prácticas en la empresa Essity es importante para fomentar un sentido de confianza y pertenencia dentro de la empresa.

RESULTADOS DE APROPIACIÓN (SENTIDO DE PERTENENCIA/PARTICIPACIÓN)

Por último, en sentido de pertenencia y participación hay gran diferencia en los empleados que un 50% sienten que tienen la oportunidad de participar activamente en iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial, lo que refleja que el 39% participan poco, mientras que el 11% no tiene acceso a estas actividades dentro de la empresa.

Quiere decir, que la mayoría de los empleados considera que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial son auténticas y tienen un impacto significativo en su motivación y participación entre compañeros de trabajo.

Sin embargo, se observa que una pequeña fracción de los empleados no comparte este punto de vista, lo que sugiere que, aunque las prácticas son generalmente bien recibidas, aún existe áreas de mejora que podrían fortalecer la conexión emocional y profesional entre los empleados y la empresa.

CAPÍTULO V.

Conclusiones

La presente monografía permitió analizar la influencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el fortalecimiento del compromiso organizacional y el trabajo en equipo en la empresa Essity – Grupo Familia. A través de un enfoque metodológico cuantitativo, se logró recolectar y analizar información valiosa que evidenció cómo las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial impactan positivamente en la cultura interna de la empresa.

Los resultados obtenidos demuestran que los colaboradores perciben las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial como auténticas, coherentes y alineadas con los valores institucionales. La dimensión coherencia alcanzó una valoración perfecta, lo que indica que la empresa no solo comunica sus principios, sino que los aplica de manera consistente. Esta percepción fortalece la confianza interna y la legitimidad organizacional, como lo afirma autores como (Contreras, 2019).

Asimismo, el análisis reveló que la Responsabilidad Social Empresarial contribuye significativamente al compromiso organizacional, generando orgullo de pertenencia, motivación y deseo de permanencia. Según (Allen, 2020), estos elementos son importantes para consolidar el compromiso efectivo, el cual se evidenció en los altos promedios obtenidos en esta dimensión.

En cuanto al trabajo en equipo, las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial fomentan la coherencia, el respeto mutuo y la comunicación interna, elementos que, de acuerdo con (J.S & R.E, 1999), son importantes para el desarrollo de equipos de alto rendimiento.

No obstante, la dimensión de apropiación reveló una oportunidad de mejora en la participación activa de los colaboradores en las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial. Aunque existe una fuerte identificación con las acciones de la empresa, no todos los empleados sienten que tiene acceso real a espacio de participación.

Este hallazgo permitió formular propuestas estratégicas orientadas a democratizar la Responsabilidad Social Empresarial, fomentar el liderazgo colaborativo y promover una cultura más inclusiva.

En síntesis, la Responsabilidad Social Empresarial en Essity – Grupo Familia no solo cumple con su propósito ético y social, sino que se consolida como una herramienta estratégica para fortalecer el vínculo entre los colaboradores y la organización. Este estudio aporta evidencia empírica y teórica que puede ser útil para futuras investigaciones, así como para tomar decisiones en el ámbito de la gestión humana, la sostenibilidad y la cultura organizacional.

CAPÍTULO VI.

Recomendaciones

Con base en los resultados obtenidos y análisis realizado en esta investigación, se presentan las siguientes recomendaciones para fortalecer el compromiso organizacional y el trabajo en equipo a través de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en Essity – Grupo Familia. Estas sugerencias no solo buscan potenciar el impacto dentro de la organización, sino también aportar al ámbito académico, ofreciendo estrategias que podrían ser aplicadas en otras empresas con contextos similares.

Fortalecer la participación activa en iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial

Una de las formas más efectivas de fomentar un compromiso genuino con la Responsabilidad Social Empresarial es permitir que los colaboradores se involucren directamente en el diseño, ejecución y evaluación de las acciones. Para esto, se recomienda crear comités por áreas funcionales y convocatorias internas para proyectos sociales.

Cuando los empleados se convierten en actores activos de las iniciativas, sienten que son parte importante del cambio, lo que fortalece el sentido de pertenencia y compromiso organizacional. Como afirman (Allen, 2020), la apropiación de la Responsabilidad Social Empresarial se consolida cuando los empleados se sienten responsables y conectados con estas acciones.

Promover la visibilidad y el reconocimiento de los colaboradores

Reconocer públicamente a quienes lideran o participan activamente en iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial contribuye a fortalecer el compromiso efectivo. Se

recomienda establecer sistemas de reconocimiento interno que valoren el esfuerzo y la contribución social de los empleados. (Allen, 2020) destacan que el reconocimiento es un factor en la consolidación del vínculo emocional con la organización.

Desarrollar indicadores internos de percepción y participación en Responsabilidad Social Empresarial

Para garantizar la mejora continua, se recomienda establecer indicadores que permitan medir la percepción de los colaboradores sobre la Responsabilidad Social Empresarial, su nivel de participación y el impacto de las iniciativas. Estos indicadores pueden ser aplicados periódicamente y servir como insumo para la toma de decisiones estratégicas.

Aporte al entorno académico

Desde una perspectiva académica, esta investigación aporta evidencia sobre la relación entre Responsabilidad Social Empresarial y el compromiso organizacional. Se recomienda replicar este estudio en otras organizaciones y sectores, así como profundizar en el análisis de variables como liderazgo, comunicación interna y cultura organizacional.

Además, se sugiere incorporar estos temas en programas de formación en administración, gestión humana y sostenibilidad.

Referencias

- Allen, M. (2020). *Estudio comparativo del compromiso organizacional en trabajadores con y sin hijos, dentro de la empresa industrial*. La Paz: Artículo Original ISSN 2411-0035. Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/pdf/rfer/v20n20/v20n20_a03.pdf#:~:text=De%20igual%20forma%2C%20Meyer%20y%20Allen%20\(1997\),compromiso%20de%20permanencia%20y%20el%20compromiso%20normativo.](http://www.scielo.org.bo/pdf/rfer/v20n20/v20n20_a03.pdf#:~:text=De%20igual%20forma%2C%20Meyer%20y%20Allen%20(1997),compromiso%20de%20permanencia%20y%20el%20compromiso%20normativo.)
- Alquichire, A. M., & Rivera, S. Z. (2022). *Efectos de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial Interna sobre el compromiso organizacional de los empleados*. Bucaramanga.
- Benedetti, V., Medina, D., & Zablonki, L. (Marzo de 2021). *la responsabilidad social empresarial: una mirada genealógica*. Obtenido de Fundación Ideas para la Paz (FIP) [versión PDF]: <https://empresaspaiddhh.ideaspaz.org/sites/default/files/documentos-micro/FIP-%20RSE%20una%20mirada%20general%C3%B3gica%20-%20corregido%20%281%29.pdf>
- Carroll, A. B. (05 de 07 de 2016). *La pirámide de la RSC de Carrol: una nueva mirada*. Obtenido de SpringerOpen: <https://jcsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-016-0004-6>
- Celis, M. (2017). *Transparencia y la coherencia* .
- Contreras, e. a. (2019). *Efectos de la Responsabilidad Social Empresarial sobre la identificación organizacional de los empleados*. Internacional.
- Devinney, T. (junio de 2009). *Medición del desempeño organizacional: hacia las mejores prácticas metodológicas*. Obtenido de ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/228133369_Measuring_Organizational_Performance_Towards_Methodological_Best_Practice
- Essity. (2022). *Essity Sostenibilidad*. Obtenido de Essity: <https://www.essity.es/sostenibilidad/>
- Glavas. (2016). *La Autenticidad* .

J, Z., G, W., & S, B. (2007). Religión y actitudes hacia la responsabilidad social corporativa en una amplia muestra internacional. *APA PsycNet*. Obtenido de APA PsycNet:

<https://psycnet.apa.org/record/2007-08299-001>

J.S, H., & R.E, F. (1999). *Stakeholders, Social Responsibility, and Performance Empirical Evidence and Theoretical Perspectives*. Obtenido de SCIRP Open Access:

<https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1209120>

Kim. (2018). *Identificación de los empleados con la empresa*.

Maignan, & Ferrell. (2010-2017). *Medición de la responsabilidad social empresarial*. Obtenido de SciELO

Colombia [versión pdf]: <http://www.scielo.org.co/pdf/sdn/v9n20/2027-5692-sdn-9-20-145.pdf>

Meza, & Camargo. (2015). *Cultura organizacional y planeación estratégica*. Bucaramanga.

Olano. (2014). *Responsabilidad Social Empresarial*.

Peña. (2018). *Responsabilidad Social Empresarial*.

Rosario, U. (2016). *Universidad del Rosario*. Medellín.

Turker. (2009). *Bienestar interno*.

Anexos



Influencia de la Responsabilidad Social Empresarial para fortalecer el compromiso organizacional en Essity - Grupo Familia

Esta encuesta tiene como propósito conocer la percepción de los colaboradores sobre cómo las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial implementadas por Essity - Grupo Familia, se relaciona con el compromiso organizacional y el trabajo en equipo. Sus respuestas serán confidenciales y utilizadas únicamente con fines académicos.

* Indica que la pregunta es obligatoria

Edad *

Tu respuesta _____

Género *

Femenino

Masculino

Otro

Área de la empresa *

Comercial - Ventas

Logística y operaciones

Administrativos y Recursos humanos

Trade Marketing - Costumer

Por favor, indique su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones, relacionadas con las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial implementadas por Essity - Grupo Familia. Use la siguiente escala para todas las preguntas a continuación: *

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

COMPROMISO ORGANIZACIONAL

1. ¿Las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en Essity - Grupo Familia me motivan a comprometerme más con la empresa? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

2. ¿Siento que mi trabajo contribuye a los objetivos sociales y ambientales de la empresa? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo totalmente de acuerdo

3. ¿Las acciones de Responsabilidad Social Empresarial de Essity me hacen sentir orgulloso de pertenecer a esta organización? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

4. ¿Considero que la Responsabilidad Social Empresarial de Essity influye positivamente en mi deseo de permanecer en ella? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

positivamente en mi deseo de permanecer en ella?

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

5. ¿Las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial refuerzan mi sentido de responsabilidad hacia la empresa? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

TRABAJO EN EQUIPO *

6. ¿Las actividades de Responsabilidad Social Empresarial fomentan la colaboración entre compañeros de trabajo?

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

7. ¿Participar en iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial ha fortalecido * mi relación con otros miembros del equipo?

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

8. ¿Las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial promueven un ambiente * laboral de respeto y de apoyo mutuo?

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

9. ¿La Responsabilidad Social Empresarial de Essity contribuye a mejorar la *

7. ¿La Responsabilidad Social Empresarial de Essity contribuye a mejorar la comunicación dentro de los equipos de trabajo?

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

10. ¿Las acciones sociales de la empresa generan un sentido de unidad entre los * empleados?

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

COHERENCIA (AUTENTICIDAD) *

11. ¿La empresa actúa de forma coherente con los valores que comunica?

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

12. ¿Las acciones de Responsabilidad Social Empresarial reflejan un * compromiso real y no solo de imagen?

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

13. ¿Percibo autenticidad en las iniciativas sociales y ambientales de la empresa * Essity?

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

APROPIACIÓN (SENTIDO DE PERTENENCIA/PARTICIPACIÓN) *

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

13. ¿Percibo autenticidad en las iniciativas sociales y ambientales de la empresa Essity? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

APROPIACIÓN (SENTIDO DE PERTENENCIA/PARTICIPACIÓN) *

14. ¿Me siento identificado con las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial de Essity?

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

15. ¿Tengo oportunidades para participar en actividades relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

16. ¿Las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial están integradas en mi entorno laboral cotidiano? *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

Enviar [Borrar formulario](#)

Nunca envía contraseñas a través de Formularios de Google.
Para aprender más sobre cómo funciona el servicio de Formularios de Google, consulte el artículo de ayuda «Cómo funciona el servicio de Formularios de Google».