

RSE: Una propuesta de promoción e implementación de Clínicas Veterinarias en la ciudad de Tuxpan, Veracruz

CRS: A proposal for the promotion and implementation of Veterinary Clinics in the city of Tuxpan, Veracruz

Elorza Martínez Oralia, Flores Barrios Leonardo y Olarte García Marcela

Universidad Veracruzana, Facultad de Contaduría. Carretera a la Barra Norte. Kilómetro 7.5, Ejido la Calzada, C.P. 92880.Tuxpan de Rodríguez Cano, Veracruz.

NOTA SOBRE AUTORES

Elorza Martínez Oralia: aelorza@uv.mx,  <https://orcid.org/0000-0001-7396-778X>

Flores Barrios Leonardo: lflores@uv.mx,  <https://orcid.org/0000-0001-7976-7287>

Olarte-García Marcela: molarte@uv.mx,  <https://orcid.org/0000-0003-3875-9461>

Esta investigación fue financiada con recursos de los autores.

Los autores no tienen ningún conflicto de interés al haber hecho esta investigación.

Remita cualquier duda sobre este artículo a Elorza Martínez Oralia.

RESUMEN

Las empresas últimamente se han visto afectadas por las ideologías de las nuevas generaciones. La cultura socialmente responsable ha tomado mucha relevancia en los últimos años y absolutamente todos los mercados buscan adaptarse a este nuevo camino. La preferencia de los consumidores de productos veterinarios orientados al cuidado y preservación al medio ambiente ha hecho que el mercado de este en la ciudad de Tuxpan, Ver., se adapte a las necesidades cambiantes de los consumidores. Se realizó un estudio a las clínicas veterinarias en la ciudad de Tuxpan, Ver., con el objetivo de generar una propuesta de RSE al sector de estudio. Los resultados muestran una gran aceptación del sector por la implementación de acciones en materia de Responsabilidad Social Empresarial.

Palabras Clave: Responsabilidad social empresarial, necesidades, mercados, productos.

ABSTRACT

Companies have lately been affected by the ideologies of the new generations. Socially responsible culture has become very relevant in recent years and absolutely all markets seek to adapt to this

new path. The consumer preference for veterinary products oriented towards the care and preservation of the environment has made its market in the city from Tuxpan, Ver., adapts to the changing needs of consumers. A study was carried out on veterinary clinics in the city of Tuxpan, Ver., with the objective of generating a CSR proposal for the study sector. The results show great acceptance by the sector for the implementation of actions regarding Corporate Social Responsibility.

Keywords: Corporate social responsibility, needs, markets, products.

INTRODUCCIÓN

El sector ganadero es el pilar más grande cuando hablamos de comercio veterinario. Ahora bien, si hablamos de responsabilidad social empresarial, en las grandes empresas se puede observar este tipo de acciones encaminadas a una cultura socialmente responsable. Sin embargo, con relación a las clínicas veterinarias como tal no existe una guía para la adopción de una cultura socialmente responsable. La salud es un derecho que se ejerce en los ámbitos individual y colectivo, por lo cual la sociedad y las personas son corresponsables para adoptar entornos y condiciones de bienestar social y estilos de vida saludables. El Sistema de salud debe hacer mayor énfasis en las estrategias de prevención y minimización de riesgos, puesto que en nuestro medio la pobreza tiene efectos sobre la salud de las personas que repercuten en su nivel de vida, las intervenciones en salud deben ir más allá de los síntomas o enfermedades. La responsabilidad en salud pública debe partir de la promoción de la salud y el desarrollo social enfocados a la equidad en salud mediante acciones en educación, vivienda, nutrición, condiciones sanitarias y medio ambiente, entre otros.

La Organización Mundial de la Salud (OMS), define la responsabilidad social como “la obligación de dirigir las actividades educativas, investigadoras y de servicio han de atender las necesidades prioritarias de la comunidad, región y/o nación”.

Las necesidades prioritarias deben ser identificadas conjuntamente por las organizaciones o instituciones que prestan los servicios asistenciales de salud, los profesionales de la salud y la comunidad. Cuando una institución evalúa su razón de ser y el impacto de sus actividades, asume un compromiso voluntario y decidido con la responsabilidad social, para contribuir con acciones concretas al mejoramiento integral de las condiciones de vida de la población.

Como actividades encaminadas a desarrollar la estrategia de responsabilidad social se encuentran los programas de colaboración con asociaciones de usuarios, sensibilización social y prevención,

con la participación de autoridades sanitarias, profesionales de la salud, sociedades científicas, universidades y población civil, para fomentar la educación, la información y la formación sobre salud, promover la calidad de vida y la mejora de la relación médico paciente, logrando un compromiso decidido con los más necesitados, donando medicinas, subsidiando servicios, construyendo sistemas accesibles de salud, interviniendo en construcciones e infraestructura, mejorando los sistemas de disposición de desechos y residuos, implementando programas ante desastres, programas de salud y nutrición, entre otros, buscando los medios más eficientes para asegurar que los beneficios lleguen a los grupos más vulnerables.

Las brechas en las condiciones de salud son consecuencia de las diferencias sociales, económicas y culturales. La salud es una responsabilidad ética de los sectores público y privado; la responsabilidad individual y la responsabilidad social deben tener como meta la reducción de las inequidades en salud. (Acreditación en Salud, 2022)

La presente investigación pretende apoyarse de diversas fuentes, medios y herramientas. Una de las fuentes de las que se apoyará es, precisamente, el concepto básico de cada una de las palabras clave anteriormente mencionadas. Se exponen dos autores reconocidos por cada concepto, con la finalidad de comprender las bases de la presente investigación.

Responsabilidad. La investigación parte de la conceptualización de este término, donde González R. Arnaiz (2021), expone en términos morales “se habla de responsabilidad (moral) para señalar el espacio intangible e insobornable que acontece entre la interpelación del otro y el sentirse en la obligación de responder como modalidad del hacer algo o de no hacerlo, junto a la posibilidad de dar cuenta de lo llevado a cabo o de lo omitido” (González R. Arnaiz, 2021).

Para definir este concepto clave desde otros campos de estudio tenemos a Jiménez Segado (2022), que desde el ámbito penal figura este término como “someter a escrutinio la responsabilidad penal en el ejercicio de la abogacía mediante el análisis de los delitos que protegen su estatuto jurídico cumple con la finalidad de formalizar y clarificar una materia apenas tratada si se tiene en cuenta la importancia de la abogacía en el desarrollo ordinario del Estado de derecho” (Jiménez, 2022).

Responsabilidad social. Tal como lo indica Nora Gorrochategui (2019), en su célebre obra “Responsabilidad Social de las Organizaciones (RSO): Estudios desde la mirada de la Responsabilidad Social hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible en América Latina”, analiza la Responsabilidad social como campo de estudio y hace énfasis en que “es multidimensional, multidisciplinario, multiparadigmático, diversificado en métodos de abordaje, temas focales y consecuencias operacionales. Su tratamiento requiere un enfoque transdisciplinario, sistémico y contextualizado” (Gorrochategui, 2019).

Bajo otro enfoque se encuentra Margarita Pérez & Claudia Betancur (2021), quienes conceptualizan en el ámbito académico a la RS como aquella que “permite promover en todos los estudiantes una conciencia crítica y transformadora ante las situaciones sociales complejas, tanto de las comunidades como del país” (Pérez & Betancur, 2021).

Empresa. En el ámbito administrativo, María Hernández (2021), en su libro “Administración de empresas” coincide con múltiples autores que le han antecedido, ya que concluye que “Las empresas son un tipo específico de organización que se diferencia de otras organizaciones porque, aunque tengan otros fines, su objetivo último y razón de ser es el ánimo de lucro, es decir, la consecución de beneficios, que en un plazo más o menos largo se distribuirán entre sus propietarios” (Hernández, 2021).

Responsabilidad social empresarial. De acuerdo con Erico Wulf (2018), en su obra “Responsabilidad social empresarial: un desafío corporativo” señala que este término se define a menudo como “un concepto en que las empresas integran elementos sociales y ambientales con las operaciones del negocio, gestión y relaciones con las partes interesadas” (Wulf, 2018).

Por otro lado, María Cárcamo & Lorena Del Carmen (2018), en su obra “Sobre la responsabilidad social empresarial, estudios de caso en México”, nos recalca que “en términos de la riqueza y empleo que genera, y en los productos y servicios comercializables que proporciona a los consumidores a un precio justo y con la calidad deseada. Pero más recientemente se reconoce que las empresas también generan valor adicional al mejorar la calidad de vida de sus clientes, empleados, accionistas y comunidad en la que opera al compartir la riqueza creada” (Cárcamo & Del Carmen, 2018).

Propuesta. Nuevamente, la “Real Academia Española” coincide con algunos autores de los años 80 y expone en el ámbito de gestión de ventas como el “Conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas” (Real Academia Española, 2023).

Implementación. De la mano de la “Real Academia Española” podemos obtener el concepto de este término, quien propone que se define como “Poner en funcionamiento, aplicar métodos, medidas, etc., para llevar algo a cabo” (Real Academia Española, 2023).

MATERIALES Y MÉTODOS

Los motivos por los que la presente investigación se llevó a cabo radican en el aporte que el sector ganadero en específico las clínicas veterinarias lo que pueden realizar para identificarse como socialmente responsable y, en consecuencia, beneficiar el ámbito económico, social y ambiental que puede generar en la ciudad de Tuxpan, Ver.

Considerando como objetivo general: Generar una propuesta de responsabilidad social empresarial para su implementación en las clínicas veterinarias en la ciudad de Tuxpan, Ver. Y los específicos: Analizar la teoría de las acciones que hacen socialmente responsables a una empresa, elaborar una serie de acciones oportunas para ser implementadas en las clínicas veterinarias en la ciudad de Tuxpan, Ver., desarrollar una propuesta de implementación de acciones socialmente responsables en las clínicas veterinarias en la ciudad de Tuxpan, Ver. Considerando como pregunta de la investigación ¿Cuáles son las causas de que no cuenten con acciones socialmente responsables las clínicas veterinarias en la ciudad de Tuxpan, Ver?; así como la hipótesis: demostrar que con la implementación de la propuesta de responsabilidad social empresarial da como resultado una mejora en el ámbito económico de la empresa y en el aspecto ambiental las clínicas veterinarias en la ciudad de Tuxpan, Ver.

La conceptualización de la investigación, de acuerdo con Roberto Hernández (2014), define a este concepto como “La investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema.” (Hernández, 2014)

El tipo de investigación por el que se regirá la propuesta es de índole cualitativa, ya que se elaborará una propuesta de promoción e implementación con base en una serie de estrategias orientadas a una cultura socialmente responsable.

En su libro Metodología de la investigación, Roberto Hernández (2014), expone que “La investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto. El enfoque cualitativo se selecciona cuando el propósito es examinar la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados. La definición de los estudios exploratorios, de la mano de Roberto Hernández (2014), nos dice que “Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas.” Que la investigación, el tipo de estudio idóneo para esta propuesta es de tipo descriptiva, ya que se analizarán y clasificarán las diferentes estrategias para su pronta implementación. “Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas.”

(Hernández, 2014). Para efectos de esta investigación se tomaron en cuenta dos tipos de variables: dependiente e independiente. Se desglosan a continuación. Independiente: Propuesta de responsabilidad social empresarial. Dependiente: El ámbito laboral en la empresa, el aspecto ambiental y social.

Para efectos de la presente investigación la idea o plan a seguir radica únicamente en clínicas veterinarias, donde figuran tan solo treinta en toda la ciudad. debido a que resulta poco factible hacer uso de una selección de muestra a una población tan pequeña, se tomó la decisión de convertir la totalidad de población, es decir las treinta clínicas veterinarias, en la propia muestra. Esto es conocido comúnmente como muestreo censal. Los datos recabados gozarán de un tratamiento meramente confidencial, para uso exclusivo del(la) investigador(a) y de uso con fines puramente académicos y/o de investigación.

Para efectos de muestreo, se empleará el más adecuado a las necesidades de la investigación y debido a que la población es muy reducida se hará uso de la población completa para efectos de muestreo, a esto se le conoce como muestreo censal. Para ello, se aplicará un cuestionario para recabar información, el cual se estima que conste de catorce preguntas, de las cuales dos serán abiertas y doce cerradas.

RESULTADOS

Con base en los datos recabados derivados de la aplicación del cuestionario expuesto anteriormente, se logró obtener respuesta de la muestra de cinco elementos conformado por el sector de clínicas veterinarias. Se realizó un análisis de cada respuesta, y un análisis general de todas las encuestas que se presenta a continuación. Se puede observar en base a los resultados que el 80% de las treinta clínicas veterinarias en la ciudad de Tuxpan, Ver., no cuenta con una cultura socialmente responsable.

Actualmente, ser reconocido por las prácticas socialmente responsables trae como consecuencia un impacto significativo en la imagen y reputación de las empresas. Es por ello por lo que muchas de ellas en diversos sectores se están interesando por identificarse de esta manera. Mediante la encuesta fue posible identificar que empresas estarían dispuestas a iniciar adoptar un camino hacia la RSE. Sin embargo, son conscientes de que no se logra fácilmente, puesto que su implementación en las empresas requiere también de los recursos económicos con los que se cuentan. Pero es un gran inicio hacia la adopción de una cultura socialmente responsable.

DISCUSIÓN

Las empresas son conscientes de que convertirse en ESR requiere de mucho tiempo invertido, pues no es algo que se pueda adjudicar fácilmente, puesto que la implementación de una cultura socialmente responsable afecta en todas las áreas de la empresa, así como a los propios empleados; impactando directamente en la opinión que los clientes sobre la empresa. No tener el distintivo de ESR, no quiere decir que estén limitados a contribuir a la sociedad y al medio ambiente. Es una invitación a sumarse a ser agentes de cambio como personas físicas y de fomentar la responsabilidad social individual en todos y cada uno de sus colaboradores. El cliente siempre tiene la razón; y bajo este lema fue posible identificar la preferencia de los clientes potenciales de las clínicas veterinarias, orientados a una cultura socialmente responsable, es por ello, por lo que se elabora una propuesta de RSE con el que se espera escalar poco a poco para que en un futuro el distintivo les pueda ser otorgado. Con base en la encuesta previamente aplicada, los resultados arrojan una preferencia hacia clínicas veterinarias orientados al cuidado del medio ambiente, así como algunos otros aspectos relevantes, la existencia de planes en materia de Responsabilidad Social Empresarial. Sin embargo, fue meramente sorprendente saber que estarían dispuestos a implementar un plan de Responsabilidad Social Empresarial en un futuro cercano. Esto debido a la poca importancia que las empresas le dan a este aspecto importante. También, se logró analizar la reacción de los encuestados que, si cuentan con un plan de RSE, puesto que compartieron las acciones que implementan a favor del bienestar laboral, ambiental y social.

CONCLUSIÓN

A partir de lo anteriormente realizado, podemos concluir que la RSE ha dejado de ser vista como un elemento adicional y se ha convertido en, quizás el elemento prioritario para cierto sector poblacional.

La reciente problemática global que atraviesa el planeta en temas verdes ha llevado a las empresas a tomar medidas. Sin embargo, aun con todo lo que ocurre diversas empresas carecen de una cultura socialmente responsable y se ven forzadas a implementar en la organización acciones en bienestar de la RSE, así como a sus empleados y también a sus clientes sobre el cuidado al medio ambiente y el aprovechamiento de sus recursos para no contaminar el planeta. También es posible concluir que una empresa que se preocupa y vela por el bienestar de sus empleados en el ámbito laboral es reconocida por aquellos aspirantes que postulan a una vacante dentro de la propia empresa.

Además, al aceptar la implementación de una cultura socialmente responsable la empresa comienza una buena reputación o mejora la que ya tenía, puesto que es bien visto este tipo de

cultura entre proveedores y clientes, además de cualquier entidad que tenga un vínculo con la empresa. Algunas acciones de la propuesta expuesta anteriormente requieren de financiamiento y esto afecta directamente al presupuesto proyectado a un año de la empresa. Es por ello por lo que se sugiere comenzar con acciones de poco impacto en el aspecto financiero de la empresa. Comenzar por introducir esta cultura en la empresa hará que los empleados se motiven a implementarla de manera individual. Posteriormente pueden llevarlo a cabo en la sociedad. Esto se puede lograr mediante diversas técnicas de persuasión discretas. Dependerá del manejo de estas técnicas que el cliente pueda comprenderla. Al reducir el impacto que las actividades de las empresas generan en el medio ambiente, se disminuyen costos. Se recomienda analizar el ahorro en costos para ser destinado a otras actividades que requieran financiamiento. Por medio de las encuestas de satisfacción las empresas pueden medir la calidad de diversos aspectos involucrados al ofrecer su servicio. Se puede abrir un espacio de sugerencias y tomarlo en cuenta para futuros cambios en la empresa, considerando el aspecto en materia de RSE.

LITERATURA CITADA

- Cárcamo, S. M., & Del Carmen, Á. L. (2018). Sobre la responsabilidad social empresarial, estudios de caso en México. Guanajuato: Editorial Miguel Ángel Porrúa.
- González R. Arnaiz, G. (2021). Ética y responsabilidad: la condición responsiva del ser humano. Madrid: Difusora Larousse - Editorial Tecnos.
- Gorrochategui, N. (2019). Responsabilidad Social de las Organizaciones (rso): Estudios desde la mirada de la Responsabilidad Social hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible en América Latina. Santiago de Chile: RIL editores.
<https://doi.org/10.32457/ISBN9789568454388382019-ED1>
- Hernández, O. M. (2021). Administración de empresas. Madrid: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide.
- Hernández, S. R. (2014). Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill / interamericana editores, S.A. de C.V.
- Jiménez, S. C. (2022). La responsabilidad penal en el ejercicio de la abogacía. Madrid: Dykinson
- Pérez, C. M., & Betancur, R. C. (2021). Medición de impacto: proyectos sociales de formación en la práctica de responsabilidad social. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Salud, A. e. (22 de diciembre de 2022). Responsabilidad Social Empresarial: acreditacionensalud.org. Obtenido de acreditacionensalud.org:
<https://acreditacionensalud.org.co/responsabilidad-social-empresarial/>

Wulf, B. E. (2018). Responsabilidad social empresarial: un desafío corporativo. Santiago de Chile: Editorial Universidad de La Serena.

Copyright © 2023 Elorza Martínez Oralia, Flores Barrios Leonardo y Olarte García Marcela.



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](#).

Usted es libre para Compartir —copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato— y Adaptar el documento —remezclar, transformar y crear a partir del material— para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla la condición de:

Atribución: Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) - [Texto completo de la licencia](#)