

CAPÍTULO 3. CONCLUSIONES

La característica principal de la RSE es que es voluntaria. Por esto es difícil introducir normas internacionales que pidan la aplicación obligatoria de la RSE en las empresas. Esta es la razón por la cual las iniciativas internacionales y nacionales sugieren lineamientos a seguir para la implementación de la RS en las empresas.

Es necesario estandarizar la definición de RSE, ya que aún no existe una misma definición utilizada por todas las empresas, al igual que las áreas en las que debe actuar la RSE para cubrir todos los grupos de interés que rodean y son parte de las organizaciones. El último intento de estandarización de la RSE es la norma ISO 26000, la cual muestra un buen intento para que las empresas en todo el mundo puedan basarse en los mismos lineamientos, y de esta manera sea más fácil medir las acciones de RSE. El defecto de la norma ISO 26000 es que no es una certificación, y no realiza auditorías.

Basados en esta revisión sobre RSE, nos gustaría recomendar la implantación de una norma universal, que no solo se base en la recepción y análisis de reportes anuales de RS, sino que realice auditorías para asegurar que las acciones reportadas por las empresas se están llevando a cabo en la magnitud que la empresa declara. Además, sugerimos que estas acciones sean analizadas o auditadas por expertos en el área, ya sea en educación, salud, derechos laborales, nutrición o cultura, para que sean validadas como acciones realmente socialmente responsables dependiendo del impacto que tengan en las comunidades, principalmente en las de bajos recursos.

Muchas empresas realizan hoy en día actividades culturales en nombre de la RSE de su organización. Pero muchas de estas actividades culturales, que son parte de la vinculación con la comunidad, se quedan en patrocinios, los cuales muchas veces no tienen un impacto significativo, como lo vimos en los ejemplos de actividades culturales realizadas por FEMSA y BBVA Bancomer. Las actividades culturales, como se mencionó antes, forman parte importante

del desarrollo humano, por lo que es de gran importancia que se puedan llevar a comunidades de bajos recursos o de manera gratuita en lugares concurridos a los cuales puedan asistir personas de cualquier estrato socioeconómico y disfrutar de estas. Siendo una forma de educación y concientización sobre cualquier tema de una manera dinámica.

Al final de cuentas, la RSE es una forma de beneficiar a la sociedad, y lo hace en cualquier acción que realice. Pero las empresas deberían inclinarse por actividades que tengan un mayor impacto social, en vez de acciones que tengan un mayor impacto en su imagen. Ya que utilizan sus fundaciones como herramientas de mercadotecnia apoyando actividades de alta cultura, que no benefician a ninguna comunidad desprotegida pero sí a la misma empresa en su imagen frente al consumidor altamente pudiente.

A su vez al utilizar a la fundación como arma de mercadotecnia, evaden impuestos al designar grandes montos para RSE que se deducen, y ya no utilizarlos como gastos en mercadotecnia y publicidad que pagarían impuestos. Los resultados de ambas inversiones vienen siendo los mismos, ya que benefician principalmente la imagen de la empresa.

Debido a la poca información que existe sobre este tema en México, y a la poca información que se puede extraer de los reportes financieros y de RS emitidos por las empresas, este trabajo tiene grandes limitaciones. Se espera que este análisis, de bibliografía y de reportes de RSE, apoye en un futuro estudios de RSE en el área de la cultura y las artes. El siguiente paso sería realizar un estudio de campo que cuestione la opinión, tanto a la sociedad como a las empresas, respecto a las acciones de RSE y al altruismo de sus fundaciones, y el impacto que éstas tienen en la sociedad mexicana y mundial.