

# La responsabilidad social corporativa, la reputación corporativa y la rentabilidad financiera de las empresas que pertenecen al sector de productos de consumo frecuente que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores

*Laura Adriana Saucedo Loera  
Miguel Ángel Oropeza Tagle  
Gloria Leticia Martell Campos*

## Resumen

El objetivo de esta investigación es analizar a las empresas clasificadas dentro del sector de productos de consumo frecuente que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores a través de las variables: responsabilidad social corporativa, reputación corporativa y rendimiento financiero. Para medir la responsabilidad social corporativa (RSC) se utilizaron el *SyP/BMV IPC CompMx Rentable ESG Tilted* y la insignia Empresa Socialmente Responsable (ESR), otorgada por el Centro Mexicano de Filantropía. La escala empleada en la reputación corporativa fue el *Índice Merco*, mientras que la rentabilidad financiera se calculó mediante el rendimiento de los activos. Entre los resultados obtenidos destaca que el 26% de las empresas que corresponden al sector estudiado aparecen en las dos escalas de la RSC, pertenecen al *Índice*

*Merco* y tienen durante el periodo de estudio (2018-2022) rendimiento sobre los activos de la empresa positivos.

*Palabras clave:* responsabilidad social corporativa, reputación corporativa, rentabilidad financiera, bolsa mexicana de valores.

## Introducción

En todo momento las corporaciones tienen como objetivo principal afianzarse en un tiempo prolongado. Implementar estrategias de operación y financieras que estén alineadas a una estrategia sostenible ayuda a las empresas a cumplir con esta misión. Cuando una firma pone en práctica estrategias de sostenibilidad se incluyen prácticas de responsabilidad social que le ayudan a tener una imagen positiva ante sus grupos de interés, estimar un incremento en las ventas y, sobre todo, contar con la oportunidad de participar en algún mercado de valores (Martínez Ferrero, 2014).

La norma ISO 26000 define la responsabilidad social como el deber que tiene cualquier entidad económica de analizar las consecuencias generadas por las actividades que realiza de manera cotidiana en el medioambiente y la sociedad. Lo anterior considerando un comportamiento ético que está ligado al desarrollo sostenible y observando de manera específica a todos los grupos de interés involucrados (Hutagalung *et al.*, 2020).

Varios autores clasifican los aspectos de estudio de la responsabilidad social corporativa en dimensiones. Destaca Dahlsrud (2008) que identificó cinco de estas: la dimensión medioambiental, la dimensión social, la dimensión económica, la dimensión voluntaria y la dimensión de los *stakeholders*. De esta manera, la definición de responsabilidad social corporativa está ligada a la reputación corporativa, ya que uno de sus pilares es la dimensión de las partes interesadas o *stakeholders* y las perspectivas positivas que forman estas para confiar en la empresa, lo que se considera como reputación corporativa (García-Madariaga y Rodríguez-Rivera, 2017). Además, para poder analizar un panorama más vasto, se debe incluir el estudio del rendimiento financiero que, según Parra *et al.* (2017), son los recursos monetarios que una compañía tiene expuestos y la obtención de valor para los accionistas.

## Objetivo

El objetivo de esta investigación es conocer cuáles son las empresas que son consideradas como socialmente responsables que cuentan con una reputación corporativa favorable y su rendimiento financiero. La población considerada se enfoca en las empresas que están listadas en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), particularmente en el sector de productos de consumo frecuente.

## Planteamiento del problema

Hoy en día las operaciones comerciales desechan la idea de trabajar solamente para generar rendimientos para los socios; por el contrario, tienen el compromiso de ocasionar un bien social que impacte de manera universal (Sierra-García *et al.*, 2014). Partiendo de esta visión, en 2015, líderes globales congregados por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) se comprometieron en todos los niveles (gobierno, sector privado y sociedad civil), a arrojar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que tienen como propósitos para lograr la Agenda 2030: suprimir la pobreza, conservar el planeta y consolidar la prosperidad para todos (Barrero y Baquero, 2020).

Desde el punto de vista empresarial, para poder colaborar en el logro de las metas antes citadas se necesita establecer estrategias dirigidas a salvaguardar los recursos naturales, fortalecer empleos dignos e involucrar prácticas de gobernanza. Se considera que si una empresa guía sus esfuerzos a una orientación hacia la sustentabilidad, se anticipa que tendrá un adecuado desarrollo social, una oportuna percepción favorable por parte sus grupos de interés y aumento de su rentabilidad (Carro-Suárez *et al.*, 2017).

La responsabilidad social fue reconocida en un principio para equilibrar la desigualdad de la riqueza, que se dio particularmente en los años veinte, a través de las donaciones voluntarias dirigidas a grupos vulnerables. Desde entonces se ha ido transformando, y en 1953 Howard R. Bowen fue quien por primera vez enfocó este concepto al entorno corporativo (Razeg, 2010). La responsabilidad social corporativa son los compromisos legales y éticos orientados a los grupos de interés por medio de actividades sociolaborales, ambientales y humanas de una empresa (García-Madariaga y Rodríguez-Rivera, 2017).

El señalar a los grupos de interés se refiere a la imagen que tienen los usuarios internos y externos de la compañía. Esta percepción es conocida como re-

putación corporativa y puede contribuir de manera directa en la empresa en la creación de valor, lo que posibilita contar con personal más capacitado, generación de barreras de entrada a nuevos competidores, un aumento en los precios de los productos o servicios y acceso ágil al mercado de capitales (Hutagalung *et al.*, 2020); (Kaur y Singh, 2020); (Shahzad *et al.*, 2021); (Ajayi *et al.*, 2021); (Maaloul *et al.*, 2021).

En este mismo sentido, y de manera general, los inversionistas, como parte de estos grupos de interés, valoran el hecho de que las empresas desempeñen actividades de responsabilidad social, de ahí que hayan surgido índices bursátiles que se compongan de empresas que empleen prácticas enfocadas en el cuidado del medioambiente, responsabilidad social y gobierno corporativo, y que cotizan en alguna bolsa de valores (García Santos y Zavaleta Vázquez, 2019).

Las empresas que necesitan dinero para efectuar sus inversiones operativas o llevar a cabo distintos proyectos, pueden adquirirlo a través del mercado bursátil, emitiendo valores que son adquiridos por los inversores y comprados y vendidos, en el caso de México en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV). Para poder tener una mejor claridad en la toma de decisiones, esta institución clasifica a las empresas emisoras en diez diferentes sectores: energía, industrial, materiales, productos de consumo frecuente, salud, servicios de telecomunicaciones, servicios financieros, servicios públicos, servicios y bienes de consumo no básico y tecnología de la información (BMV, 2023a).

Los desafíos económicos de cualquier país pueden verse manifestados en el comportamiento de sus mercados bursátiles (Guzmán Plata *et al.*, 2007). Este trabajo se enfoca en conocer el panorama de la responsabilidad social corporativa, la reputación corporativa y el rendimiento financiero de las empresas cotizadas en México en el sector de productos de consumo frecuente, abarcando el periodo 2018-2022.

## Metodología

Para abordar la población objeto de estudio se realizó el cálculo de las empresas listadas de manera anual, considerando su fecha de inscripción a la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), si se mantenían activas y, sobre todo, que pertenecieran al sector de productos de consumo frecuente (la información se presenta en la tabla 1). Cabe señalar que se descartaron las empresas que:

- Se encuentran dentro de un proceso mercantil y/o están suspendidas que es el caso de *Agro Industrial Exportadora S.A. de C.V.* y *Savia S.A. de C.V.*
- Cuentan con capital extranjero y están listadas a través del Sistema Internacional de Cotizaciones (SIC), como *Anheuser-Busch Inbev S.A./N.V.*

La población final objeto de estudio se compone de 19 empresas.

Tabla 1. Empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores y que pertenecen al sector Productos de Consumo Frecuente.

Razón social	
1	Arca Continental, S.A.B. de C.V.
2	Agro Industrial Exportadora, S.A. de C.V.*
3	Anheuser-Busch Inbev S.A./N.V.*
4	Industrias Bachoco, S.A.B. de C.V.
5	Grupo Bafar, S.A.B. de C.V.
6	Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V.
7	Grupo Comercial Chedraui, S.A.B. de C.V.
8	Becle, S.A.B. de C.V.
9	Organización Cultiba, S.A.B. de C.V.
10	Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V.
11	Grupo Gigante, S.A.B. de C.V.
12	Gruma, S.A.B. de C.V.
13	Grupo Herdez, S.A.B. de C.V.
14	Ingeal, S.A.B. de C.V.
15	Kimberly-Clark de México S.A.B. de C.V.
16	Coca-Cola Femsa, S.A.B. de C.V.
17	La Comer, S.A.B. de C.V.
18	Grupo Lala, S.A.B. de C.V.
19	Grupo Minsa, S.A.B. de C.V.
20	Savia, S.A. de C.V.*
21	Organización Soriana, S.A.B. de C.V.
22	Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V.

\**Agro Industrial Exportadora, S.A. de C.V.*, empresa en proceso mercantil (suspendida el 31/12/2022). \**Anheuser-Busch Inbev S.A./N.V.*, empresa listada a través del SIC. \**Savia, S.A. de C.V.*, empresa suspendida el 29/04/2005.

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la BMW (2023b).

## Medición de las Variables

### Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

Para medir la responsabilidad social corporativa en las empresas que cotizan en la BMV y que se considera que pertenecen al sector de productos de consumo frecuente se utilizó la información proporcionada por el Índice de Precios y Cotizaciones Sustentable que inició en 2011 teniendo como propósito conformar una muestra de empresas que son reconocidas por sus actividades sustentables en las tres dimensiones (conocida como ASG): ambiental, social y de gobernanza (Gavira-Durón *et al.*, 2020). El 2 de agosto del 2021, este índice se indexó al Índice S&P, y desde entonces cambió su nombre a *S&P/BMW IPC CompMx Rentable ESG Tilted* (BMW, 2022). Para el análisis se asignará el valor de 1 a las empresas del sector de productos de consumo frecuente que pertenezcan a este índice y 0 a las que no lo hagan; considerando el periodo ya mencionado con anterioridad (2018-2022). La tabla 2 muestra a detalle la información:

Tabla 2. Empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores y que pertenecen al sector «Productos de Consumo Frecuente» consideradas dentro del S&P/BMW IPC CompMx Rentable ESG Tilted.

Razón Social	2018	2019	2020	2021	2022
Arca Continental, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1
Industrias Bachoco, S.A.B. de C.V.	0	0	0	0	0
Grupo Bafar, S.A.B. de C.V.	0	0	0	0	0
Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1
Grupo Comercial Chedraui, S.A.B. de C.V.	0	0	0	0	0
Becle, S.A.B. de C.V.	0	0	0	0	0
Organización Cultiba, S.A.B. de C.V.	0	0	0	0	0
Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1
Grupo Gigante, S.A.B. de C.V.	0	0	0	0	0
Gruma, S.A.B. de C.V.	0	0	0	0	0
Grupo Herdez, S.A.B. de C.V.	1	1	1	0	0
Ingeal, S.A.B. de C.V.	0	0	0	0	0

<i>Razón Social</i>	2018	2019	2020	2021	2022
Kimberly-Clark de Mexico S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1
Coca-Cola Femsa, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1
La Comer, S.A.B. de C.V.	0	0	0	0	0
Grupo Lala, S.A.B. de C.V.	1	1	0	0	0
Grupo Minsa, S.A.B. de C.V.	0	0	0	0	0
Organización Soriana, S.A.B. de C.V.	0	0	0	0	0
Wal-Mart de Mexico, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la BMW (2023c).

Además, para comparar la información referente a la responsabilidad social corporativa (RSC), se toma en cuenta lo dictaminado por el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), una asociación no lucrativa que se creó en 1998 para reconocer a las empresas que realicen prácticas de responsabilidad social corporativa y que contribuyan con el sector público de nuestro país. Este instituto brinda a las empresas que destacan en los ámbitos de responsabilidad social (la calidad de vida en la empresa, la conexión con la comunidad, la ética empresarial y sus prácticas enfocadas al cuidado del medioambiente) la insignia ESR, que significa Empresa Socialmente Responsable, y que de hecho pueden incluir en las etiquetas de sus productos y diferentes medios de difusión y publicidad (Cemefi, 2023a). Igual como se hizo con el *Se&P/BMW IPC CompMx Rentable ESG Tilted*, se otorgará valores de 0 cuando la empresa no tenga el reconocimiento ESR y 1 en caso contrario. Lo que nos arroja la tabla 3:

Tabla 3. Empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores y que pertenecen al sector Productos de Consumo Frecuente que tienen la insignia ESR otorgada por el Cemefi.

<i>Razón social</i>	2018	2019	2020	2021	2022
Arca Continental, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1
Industrias Bachoco, S.A.B. de C.V.	0	0	0	0	0
Grupo Bafar, S.A.B. de C.V.	0	0	0	0	0
Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1
Grupo Comercial Chedraui, S.A.B. de C.V.	0	0	0	0	0
Becle, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1

<i>Razón social</i>	2018	2019	2020	2021	2022
Organización Cultiba, S.A.B. de C.V.	0	0	0	0	0
Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1
Grupo Gigante, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1
Gruma, S.A.B. de C.V.	0	0	0	0	0
Grupo Herdez, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1
Ingeal, S.A.B. de C.V.	0	0	0	0	0
Kimberly-Clark de Mexico S.A.B. de C.V.	0	0	0	0	0
Coca-Cola Femsa, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1
La Comer, S.A.B. de C.V.	0	0	0	0	0
Grupo Lala, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1
Grupo Minsa, S.A.B. de C.V.	1	0	0	0	0
Organización Soriana, S.A.B. de C.V.	0	0	0	0	0
Wal-Mart de Mexico, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Cemefi (2023b).

## Reputación Corporativa (RC)

Para conocer a las empresas que son percibidas por todos sus grupos de interés de manera favorable, se utilizará la información brindada por el Monitor Español de Reputación Corporativa (Merco), también conocido como *Índice Merco*. Este indicador es una escala pública empresarial de referencia en España y los países de Iberoamérica que brinda información sustancial para investigaciones científicas con respecto a su reputación corporativa desde el año 2000 (Orozco *et al.*, 2018). Tiene como base una metodología *multistakeholder* que se compone de seis evaluaciones y más de veinte fuentes de información. México se incluyó en este índice a partir del año 2013 (Merco, 2023a). La tabla 4 presenta a las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores que pertenecen al sector de productos de consumo frecuente y que forman parte del *Índice Merco* (tomando valor de 1) y si no lo hacen (tomando el valor de cero).

Tabla 4. Empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores y que pertenecen al sector «Productos de Consumo Frecuente» que pertenecen al Índice Merco.

Razón social	2018	2019	2020	2021	2022
Arca Continental, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1
Industrias Bachoco, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1
Grupo Bafar, S.A.B. de C.V.	0	0	0	0	0
Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1
Grupo Comercial Chedraui, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1
Becle, S.A.B. de C.V.	0	0	0	1	0
Organización Cultiba, S.A.B. de C.V.	0	0	0	0	0
Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1
Grupo Gigante, S.A.B. de C.V.	1	1	0	0	0
Gruma, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	0
Grupo Herdez, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1
Ingeal, S.A.B. de C.V.	0	0	0	0	0
Kimberly-Clark de Mexico S.A.B. de C.V.	0	0	0	0	0
Coca-Cola Femsa, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1
La Comer, S.A.B. de C.V.	0	0	0	1	0
Grupo Lala, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1
Grupo Minsa, S.A.B. de C.V.	0	0	0	0	0
Organización Soriana, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1
Wal-Mart de Mexico, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Merco (2023b).

## Rendimiento financiero (RF)

Para calcular el rendimiento financiero se utilizará la razón financiera conocida como *ROA* (*Return on Assets*, por sus siglas en inglés) tal y como lo hicieron en sus estudios acerca de la responsabilidad social corporativa en los sectores bursátiles de diferentes países: Miralles Marcelo *et al.* (2014), Madorran y Garcia (2016), Orzes *et al.* (2017), García Santos y Zavaleta Vázquez (2019), Shahzad

*et al.* (2021) y Podrecca *et al.*, (2021). El cálculo se obtiene dividiendo el beneficio neto entre el total de activos de la empresa en el periodo en cuestión. Posteriormente, se presenta la tabla 5 que indica el rendimiento sobre los activos de las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) que pertenecen al sector de productos de consumo frecuente según los datos obtenidos de la plataforma financiera INFOSEL.

Tabla 5. ROA (Return on Assets) de las Empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores y que pertenecen al sector Productos de Consumo Frecuente.

Razón social	2018	2019	2020	2021	2022
Arca Continental, S.A.B. de C.V.	4.55%	4.93%	5.11%	5.85%	7.33%
Industrias Bachoco, S.A.B. de C.V.	6.36%	5.80%	6.38%	7.50%	8.42%
Grupo Bafar, S.A.B. de C.V.	5.50%	5.69%	5.37%	7.12%	9.94%
Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V.	2.59%	2.64%	3.43%	5.15%	13.94%
Grupo Comercial Chedraui, S.A.B. de C.V.	3.00%	1.76%	2.96%	2.44%	4.31%
Becle, S.A.B. de C.V.	6.05%	5.26%	6.32%	5.25%	6.01%
Organización Cultiba, S.A.B. de C.V.	-0.12%	-0.73%	3.28%	2.16%	6.70%
Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V.	5.74%	4.40%	0.55%	5.11%	4.46%
Grupo Gigante, S.A.B. de C.V.	2.90%	1.29%	-4.48%	3.93%	4.05%
Gruma, S.A.B. de C.V.	8.04%	7.23%	7.28%	7.81%	7.23%
Grupo Herdez, S.A.B. de C.V.	8.18%	6.72%	7.05%	5.78%	6.03%
Ingeal, S.A.B. de C.V.	-2.74%	0.26%	-2.74%	5.98%	3.95%
Kimberly-Clark de Mexico S.A.B. de C.V.	10.22%	12.35%	11.41%	9.14%	9.22%
Coca-Cola Femsa, S.A.B. de C.V.	5.71%	4.90%	3.94%	6.01%	7.06%
La Comer, S.A.B. de C.V.	4.18%	3.58%	4.74%	4.68%	5.56%
Grupo Lala, S.A.B. de C.V.	2.63%	2.50%	0.67%	-2.22%	-2.14%
Grupo Minsa, S.A.B. de C.V.	13.76%	2.27%	3.04%	2.65%	-0.97%
Organización Soriana, S.A.B. de C.V.	2.80%	2.24%	2.61%	3.04%	3.48%
Wal-Mart de Mexico, S.A.B. de C.V.	11.99%	10.85%	9.24%	11.19%	11.69%

Fuente: Elaboración propia con base en datos de INFOSEL Financiero (2023)

## Resultados

### Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

Cómo se puede observar en la tabla 6, si se considera la primera escala mencionada de la RSC a través del *S&P/BMW IPC CompMx Rentable ESG Tilted*, se puede apreciar que en 2018 menos del 50% de las empresas listadas en la Bolsa Mexicana de Valores (BMW) del sector de Productos de Consumo Frecuente son consideradas como socialmente responsables. Asimismo, a partir del año 2020 se nota una disminución en este porcentaje de 5 puntos porcentuales y de nuevo tendencia bajista en la misma proporción para el año 2021, manteniéndose igual durante 2022.

Tabla 6. Resumen de las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores y que pertenecen al sector Productos de Consumo Frecuente, consideradas dentro del *S&P/BMW IPC CompMx Rentable ESG Tilted*.

	2018	2019	2020	2021	2022
Empresas que sí pertenecen al <i>S&amp;P/bmw IPC CompMx Rentable ESG Tilted</i>	42%	42%	37%	32%	32%
Empresas que NO pertenecen al <i>S&amp;P/bmw IPC CompMx Rentable ESG Tilted</i>	58%	58%	63%	68%	68%

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la BMW (2023e).

De igual manera si analizamos el segundo indicador para medir la RSC, encontramos que según los datos del Centro Mexicano de Filantropía (CMEFI) a las empresas a las que se les otorgó la insignia Empresa Socialmente Responsable y que cotizan en la BMW en el sector de productos de consumo frecuente forman un poco más del 50% en el año 2018, para luego tener un decremento de 6 puntos porcentuales en el 2019 y manteniendo una tendencia plana desde entonces y hasta el 2022 (ver tabla 7).

Tabla 7. Resumen de las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores y que pertenecen al sector Productos de Consumo Frecuente, reconocidas con la insignia ESR.

	2018	2019	2020	2021	2022
Empresas que sí cuentan con la insignia ESR	53%	47%	47%	47%	47%
Empresas que NO cuentan con la insignia ESR	47%	53%	53%	53%	53%

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Cemefi (2023b).

## Reputación Corporativa (RC)

Respecto a la reputación corporativa medida a través del *Índice Merco*, podemos observar en la tabla 8 que el 63% de las empresas que están listadas en la BMV y que pertenecen al sector de productos de consumo frecuente durante los años 2018 y 2019 fueron percibidas favorablemente por sus grupos de interés. Bajando al 58% en el año 2020 y aumentando 10 puntos porcentuales para el 2021 para de nuevo mostrar un decremento en el año 2022 ubicándose en 53%. Resalta el hecho de que durante todo el periodo de estudio las empresas que se considera que tienen reputación corporativa fueron más del 50%.

Tabla 8. Resumen de las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores y que pertenecen al sector Productos de Consumo Frecuente, que pertenecen al Índice Merco.

	2018	2019	2020	2021	2022
Empresas que sí pertenecen al Índice Merco	63%	63%	58%	68%	53%
Empresas que NO pertenecen al Índice Merco	37%	37%	42%	32%	47%

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Merco (2023b).

También resulta interesante analizar las posiciones de cada una de las empresas dentro de este indicador durante el periodo de esta investigación (véase la tabla 9). Destaca Grupo Bimbo S.A.B. de C.V. que tiene la posición número uno durante los cinco últimos años, lo que ubica a la compañía como la empresa mexicana con mayor reputación corporativa, según las percepciones de los distintos grupos de interés. También resaltan Bece S.A.B. de C.V. y La Co-

mer S.A.B. de C.V., que solo aparecieron en el indicador Merco en 2021; y Grupo Gigante S.A.B. de C.V. que a partir de 2020 ya no es considerada dentro de las cien empresas con mejor percepción favorable.

Tabla 9. Posiciones del Índice Merco de las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores y que pertenecen al sector Productos de Consumo Frecuente.

<i>Razón social</i>	<i>Posición</i>				
	2018	2019	2020	2021	2022
Arca Continental, S.A.B. de C.V.	75	75	58	69	59
Industrias Bachoco, S.A.B. de C.V.	28	28	16	44	55
Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V.	1	1	1	1	1
Grupo Comercial Chedraui, S.A.B. de C.V.	83	83	76	87	88
Becle, S.A.B. de C.V.				67	
Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V.	15	15	27	21	17
Grupo Gigante, S.A.B. de C.V.	93	93			
Gruma, S.A.B. de C.V.	89	89	97	80	
Grupo Herdez, S.A.B. de C.V.	51	51	48	17	13
Coca-Cola Femsa, S.A.B. de C.V.	5	5	8	15	9
La Comer, S.A.B. de C.V.				81	
Grupo Lala, S.A.B. de C.V.	37	37	22	13	22
Organización Soriana, S.A.B. de C.V.	45	45	39	45	54
Wal-Mart de Mexico, S.A.B. de C.V.	8	8	3	3	3

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Merco (2023b).

## Rendimiento Financiero (RF)

De acuerdo con la información proporcionada por la tabla 5: ROA (*Return on Assets*) de las Empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores y que pertenecen al sector “Productos de Consumo Frecuente”, presentada con anterioridad; se observa que todas las empresas tienen una rentabilidad positiva con respecto a los activos con los que cuenta. Las excepciones son Organización Culti-

ba S.A.B. de C.V., que en los años 2018 y 2019 presenta rendimientos negativos para a partir de 2020 comenzar a recuperarse de manera significativa; Grupo Gigante S.A.B. de C.V., que tiene un ROA positivo en todos los años menos en el 2020, que coincide con el año en que oficialmente se declaró la pandemia de covid-19; Ingeal S.A.B. de C.V. que presentó una rentabilidad de los activos de la empresa negativa en los años 2018 y 2020; al igual que Grupo Minsa, S.A.B. de C.V. en el año 2022 y Grupo Lala, S.A.B. de C.V., pero en los años 2021 y 2022. De hecho, esta última empresa mencionada anunció e inició el proceso de salida del mercado bursátil en 2021.

## Conclusiones

El sector de consumo de productos frecuentes es un sector muy dinámico e importante de la Bolsa Mexicana de Valores puesto que clasifica a las empresas que comercializan bebidas y alimentos de uso común lo que puede ser considerado como un indicador general de la economía mexicana. Sin embargo, en comparación con otros sectores del mercado bursátil, el sector de productos de consumo frecuente muestra una población de empresas escasas.

Al analizar las variables: responsabilidad social corporativa, reputación corporativa y rendimiento financiero de las empresas que están listadas en la BMV y que pertenecen al sector de productos de consumo frecuente se destacan sin duda las siguientes empresas: Arca Continental S.A.B. de C.V., Grupo Bimbo S.A.B. de C.V., Fomento Económico Mexicano S.A.B. de C.V., Coca-Cola Femsa S.A.B. de C.V. y Wal-Mart de México S.A.B. de C.V. puesto que aparecen en las dos escalas de la RSC (el índice *S&P/BMW IPC CompMx Rentable ESG Tilted* y la insignia *ESR*), la escala que mide la reputación corporativa (*Índice Merco*) y tienen durante el periodo de estudio rendimiento sobre los activos de la empresa positivos.

Por el contrario, las empresas Grupo Bafar S.A.B. de C.V., Organización Cultiba, S.A.B. de C.V. e Ingeal S.A.B. de C.V. no pertenecen a ninguna de las escalas de responsabilidad social corporativa ni a la escala de reputación corporativa, pero en cuanto al ROA Grupo Bafar S.A.B. de C.V. muestra resultados positivos en todo el periodo de estudio; mientras que Organización Cultiba, S.A.B. de C.V. e Ingeal S.A.B. de C.V. sí tienen un rendimiento sobre los activos negativos en los años 2018 y 2019, y 2018 y 2020, respectivamente.

## Futuras líneas de investigación

Se puede aplicar la medición de las variables responsabilidad social corporativa, reputación corporativa y rendimiento financiero a los otros sectores de la Bolsa Mexicana de Valores, sugiriendo los siguientes por el número de empresas que pertenece a cada uno: industrial y materiales. El sector 10 que se refiere a empresas dedicadas al desarrollo de Tecnologías de la Información no cuenta con ninguna emisora mexicana, hasta el día de hoy. Además, se puede replicar este análisis a los sectores de bolsas de valores de cualquier país para realizar comparaciones.

## Referencias

- Ajayi, O. A., Mmutle, T., y Chaka, M. (2021). A Stakeholders' Perspective of Reputation Dimensions for Service Organizations: Evidence from a Developing Country Context. *Corporate Reputation Review*, 25, 287-299. <<https://doi.org/10.1057/s41299-021-00128-2>>.
- Barrero, D., y Baquero, F. (2020). Objetivos de Desarrollo Sostenible: un contrato social posmoderno para la justicia, el desarrollo y la seguridad. *Revista Científica General José María Córdova*, 18(29), 113-137. <<http://web.aebsohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=7775a681-4bb1-404f-9cfe-25dfc3a9a5e2%40sessionmgr4007>>.
- Bolsa Mexicana de Valores. (2023a, marzo 07). *Sectores de la Bolsa Mexicana de Valores*. <<https://www.bmv.com.mx/es/empresas-listadas>>.
- Bolsa Mexicana de Valores. (2023b, marzo 07). *Empresas listadas que pertenecen al sector de productos de consumo frecuente*. <<https://www.bmv.com.mx/es/emisoras/informacion-de-emisoras>>.
- Bolsa Mexicana de Valores. (2023c, marzo 07). *Empresas que pertenecen al S&P/BMW IPC CompMx Rentable ESG Tilted*. <<https://blog.bmv.com.mx/>>.
- Bolsa Mexicana de Valores. (2022, mayo 11). *S&P/BMW IPC CompMx Rentable ESG Tilted*. <<https://www.spglobal.com/spdji/es/indices/strategy/sp-bmv-ipc-compmx-trailing-income-equities-esg-tilted-index/#data>>.
- Carro-Suárez, J., Sarmiento-Paredes, S., y Rosano-Ortega, G. (2017). Organizational culture and its influence in business sustainability. The importance

- of culture in corporate sustainability. *Estudios Gerenciales*, 33(145), 352-365. <<https://doi.org/10.1016/j.estger.2017.11.006>>.
- Centro Mexicano para la Filantropía (2023a, marzo 08). ESR. <<https://www.cemefi.org/esr/>>.
- Centro Mexicano para la Filantropía (2023b, marzo 09). *Empresas con la insignia ESR*. <<https://www.cemefi.org/resultadosesr/>>.
- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1-13. <<https://doi.org/10.1002/csr.132>>.
- García Santos, J. J., y Zavaleta Vázquez, O. H. (2019). Is the relationship between CSR activities and financial performance of organizations a short-term result? An answer with a panel data analysis. *Contaduría y Administración*, 64(4), 1-25. <<https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2020.2035>>.
- García-Madariaga, J., y Rodríguez-Rivera, F. (2017). Corporate social responsibility, customer satisfaction, corporate reputation, and firms' market value: Evidence from the automobile industry. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 21, 39-53. <<https://doi.org/10.1016/j.sjme.2017.05.003>>.
- Gavira-Durón, N., Martínez Peña, D. G., y Espitia Moreno, I. C. (2020). Determinantes financieras de la Sustentabilidad Corporativa de Empresas que cotizan en el IPC Sustentable de la BMW. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas*, 15(2), 277-293. <<https://doi.org/10.21919/remef.v15i2.485>>.
- Guzmán Plata, M. P. P., Leyva López, S., y Cárdenas Almagro, A. (2007). El futuro del Índice de Precios y Cotizaciones de la Bolsa Mexicana de Valores. *Análisis Económico*, xxii(49), 53-83.
- Hutagalung, L. A., Setyadiugut, G. S., Pramono, R., Bernarto, I., y Purwanto, A. (2020). Does Iso 26000 Corporate Social Responsibility reinforce Business Performance? Answer Form Indonesian Manufacturing. *Journal of Critical Review*, 7(19), 109-118.
- INFOSEL Financiero. (2023, abril 10). *Versión 1.16.7 Base de datos de información financiera de las empresas que cotizan en la bolsa mexicana de valores*. <<https://hub.infofel.com/>>.
- Kaur, N., y Singh, V. (2020). Empirically examining the impact of corporate social responsibility on financial performance: evidence from Indian steel industry. *Asian Journal of Accounting Research*, 6(2), 134-151. <<https://doi.org/10.1108/ajar-07-2020-0061>>.

- Maaloul, A., Zéghal, D., Ben Amar, W., y Mansour, S. (2021). The Effect of Environmental, Social, and Governance (ESG) Performance and Disclosure on Cost of Debt: The Mediating Effect of Corporate Reputation. *Corporate Reputation Review*, 26, 1-18. <<https://doi.org/10.1057/s41299-021-00130-8>>.
- Madorran, C., y Garcia, T. (2016). Corporate social responsibility and financial performance: The Spanish case. *RAE Revista de Administracao de Empresas*, 56(1), 20-28. <<https://doi.org/10.1590/S0034-759020160103>>.
- Martínez Ferrero, J. (2014). Effect of sustainable practices on capital costs and corporate reputation. *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 17(2), 153-162. <<https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2013.08.008>>.
- Miralles Marcelo, J. L., Miralles Quiros, M. M., y Daza Izquierdo, J. (2014). Reputación Corporativa y Creación de Valor para el accionista. *Universia Business Review*, (44), 16-33.
- Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (2023a, marzo 01). *Qué es Merco*. <<https://www.merco.info/es/que-es-merco>>.
- Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (2023b, marzo 01). *Merco México*. <<https://www.merco.info/mx/>>.
- Orozco, L. A., Vargas, J., y Galindo-Dorado, R. (2018). Trends on the relationship between board size and financial and reputational corporate performance: The Colombian case. *European Journal of Management and Business Economics*, 27(2), 183-197. <<https://doi.org/10.1108/ejmbe-02-2018-0029>>.
- Orzes, G., Jia, F., Sartor, M., y Nassimbeni, G. (2017). Performance implications of SA8000 certification. *International Journal of Operations and Production Management*, 37(11), 1625-1653. <<https://doi.org/10.1108/ijopm-12-2015-0730>>.
- Parra, P. A. M., Botero, S. B., y Restrepo, A. M. (2017). Performance studies of family businesses. A new perspective. *Estudios Gerenciales*, 33(142), 76-86. <<https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.10.009>>.
- Podrecca, M., Orzes, G., Sartor, M., y Nassimbeni, G. (2021). The impact of abandoning social responsibility certifications: evidence from the decertification of SA8000 standard. *International Journal of Operations and Production Management*, 41(13), 100-126. <<https://doi.org/10.1108/ijopm-10-2020-0698>>.

- Razeg, F. C. (2010). Corporate social responsibility: From the concept to the practice. *Estudios Gerenciales*, 26(117), 119-130. <[https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(10\)70137-6](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(10)70137-6)>.
- Shahzad, F., Baig, M. H., Rehman, I. U., Saeed, A., y Asim, G. A. (2021). Does intellectual capital efficiency explain corporate social responsibility engagement-firm performance relationship? Evidence from environmental, social and governance performance of US listed firms. *Borsa Istanbul Review*, 22(2), 295-305. <<https://doi.org/10.1016/j.bir.2021.05.003>>.
- Sierra-García, L., García-Benau, M. A., y Zorio, A. (2014). Credibilidad en latinoamérica del informe de responsabilidad social corporativa. *Revista de Administração de Empresas*, 54(1), 28-38. <<https://doi.org/10.1590/s0034-759020140104>>.