



## Creación de valor en las empresas a través de las prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial

Romero-Tamez, María Monserrat<sup>1</sup>, Treviño-Saldivar, Eduardo<sup>2</sup>, Saldivar Del Angel, Roxana<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Romero-Tamez, Maria Monserrat, *Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración. Monterrey, Nuevo León, México; monseromm@gmail.com. Av. Universidad S/N Col. Ciudad Universitaria, (+52) 81 83 29 40 00*

<sup>2</sup>Eduardo Javier Treviño Saldivar, *Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración. Monterrey, Nuevo León, México, trevinoeduardo@gmail.com. Av. Universidad S/N Col. Ciudad Universitaria, (+52) 81 83 29 40 00*

<sup>3</sup>Saldivar Del Angel Roxana, *Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración. Monterrey, Nuevo León, México, roxana.saldivard@uanl.mx Av. Universidad S/N Col. Ciudad Universitaria, (+52) 81 83 29 40 00*

---

*Información del artículo arbitrado e indexado en Latindex:*

*Revisión por pares*

*Fecha de publicación: Julio 2019*

---

### Resumen

Este artículo analiza el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) alineado como una forma de valor para las empresas que se incluyen en el IPC del sector productos de consumo de la Bolsa Mexicana de Valores, observando las acciones de RSE que realizan las empresas y midiendo el desempeño financiero a través del ROE, ROA del periodo 2013 al 2017.

**Palabras clave:** Responsabilidad social empresarial, Creación de valor, Desempeño financiero

### Abstract

This article analyzes the Corporate Social Responsibility (CSR) as a way of creating value for the companies that make up the CPI of the consumer products sector are frequent in the Mexican Stock Exchange, observing the CSR actions that comply with the companies and measuring Financial performance through ROE, ROA from the period 2013 to 2017.

**Key words:** Corporate social responsibility, Creation of value, Financial performance

## 1. INTRODUCCIÓN

En el comienzo del periodo industrial se ha considerado a las empresas como entidades generadoras de valor económico, dejando a un lado la función social (Retolaza et. al, 2014). Sin embargo en las últimas décadas el término de la responsabilidad social empresarial se ha acuñado y ha provocado una nueva forma de hacer negocios, la cual se basa en tres dimensiones: la económica, la social y la medioambiental (Romo, 2016).

Se cree que las empresas deben de ir más allá que solo obtener beneficios económicos, es decir que sea un generador de valor económico, pero también un generador de valor social (Llamas, 2017). Asociado a este punto de vista, la empresa ya no solo tiene solo por objetivo los elementos de importancia para el accionista, sino también los intereses y puntos de vista de los llamados "stakeholders" como los empleados, la sociedad, los clientes y los proveedores (Escamilla, 2012).

La acción empresarial en los mercados globales y en la sociedad exige alcanzar los más altos niveles de competitividad, pero estas acciones deberían de ir acompañado de una mayor solidaridad y visión ética que permitan atender temas sociales como el cuidado del medio ambiente, las nuevas tecnologías de información, así como la innovación y transferencia tecnológica (Saavedra, 2011).

Actualmente se está incrementando el número de directores, ejecutivos, dueños e inversionistas de empresas que se están comprometiendo y enfocando en la responsabilidad social corporativa (Barroso, 2008) debido a la conciencia de que la empresa y sus operaciones tienen un gran impacto en la comunidad.

Aun así no basta solamente con las iniciativas sociales o ambientales que desarrolla la organización en la comunidad, sino que implica la interacción y el dialogo con las diversas partes relacionadas con la empresa. Para que actúe con responsabilidad social, es necesario que estos elementos e iniciativas sean incorporadas a los procesos propios de la empresa, tanto en la operación como en su planeación y pase a ser una parte fundamental en las estrategias de negocio (Cajiga, 2011)

El objetivo de esta investigación es analizar si las empresas del sector de productos de consumo que conforman el IPC de la BMV crean valor al realizar acciones de RSE, midiéndolo a través de los índices del ROE y

ROA. El artículo está dividido en seis secciones. La sección dos muestra la revisión literaria de los conceptos clave de la investigación. En la tercera se explica la metodología utilizada, los datos y las variables. En la cuarta sección se muestra los resultados obtenidos. En la quinta son las conclusiones y por último en la sexta es la bibliografía revisada para esta investigación.

## 2. MARCO TEÓRICO

La definición de la RSE ha evolucionado a través del tiempo, en 1953 Howard Bowen comienzo a definir conceptos sobre la relación entre la empresa y la sociedad en su libro responsabilidades sociales del hombre de negocios mencionando que se debía de dirigir tomando en cuenta los objetivos y valores de la sociedad, por eso se dice que sus ideas son la concepción de la RSE (Romo, 2016).

En los años sesenta, se fundaron diversas organizaciones comprometidas con los consumidores y el medio ambiente. La sociedad comenzó a ver de manera positiva este tipo de iniciativas que buscaban satisfacer las necesidades de la población en ámbitos poco atendidos en ese momento (Aldeanueva, 2014). Y en los setentas comenzaron a entrar en vigor algunos acuerdos, pactos y protocolos con fines similares al de los años sesentas, además se crearon normas y directrices que en la actualidad son instrumentos básicos de la RSE.

Durante los ochentas Freeman acuñó dos aspectos: 1) habla de las decisiones que toman las instituciones para colaborar al bienestar de la comunidad se pueden justificar como una oportunidad para coadyuvar en las utilidades de las empresas en el corto, mediano y largo plazo y 2) que la RSE es primordial en el actuar de las empresas debido a que las acciones que realizan pueden afectar los intereses de otros (Romo, 2016). En esta década se realizaron investigaciones que determinaron la correlación positiva entre la implementación de políticas y procedimientos de RSE y el desempeño financiero.

En la década de los noventas nace por parte de las organizaciones el interés de que sus actividades sean sostenibles y sustentables y que sean reconocidas por la sociedad. La RSE se convirtió en un elemento fundamental de las empresas para tratar de mejorar su imagen externa antes sus clientes y proveedores, así como también fortalecer su posición contra sus competidores (Solís, 2008).

Otra contribución en el año 1991 fue la de Donna Wood en donde señalo que la

responsabilidad social empresarial hace referencia a que “los negocios y la sociedad están entrelazados y por tanto son más que entidades independientes”. Y determinó que existen 3 niveles de relación social: 1) Institucional: trata de que el desempeño de las empresas este dentro del marco legal, 2) Organizacional: es el que responde por los efectos que se generen a la sociedad y al medio ambiente 3) Individual: que el comportamiento del cuerpo directivo de las empresas se rija por los valores éticos (Vázquez & Gonzalez, 2009).

Durante el siglo XXI, han surgido cambios y nuevas estrategias en las empresas y los mercados debido a la globalización, así como también emerge un nuevo paradigma en el cual se busca medir la sustentabilidad económica, social y medioambiental (Romo, 2016). La RSE establece que las empresas deben de comportarse y actuar en línea con los intereses de los distintos grupos de interés de los "stakeholders", con el objetivo de obtener un mejor desarrollo social, ambiental y económico.

Esta integración se estableció en el marco de la Organización de las Naciones Unidas, en el Pacto Internacional, en donde se crea la propuesta de que las empresas se comprometan a alinear sus estrategias y operaciones para incentivar el desarrollo sustentable con diez principios en cuatro áreas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción (Romo, 2016).

En los últimos años la RSE se ha convertido en un elemento necesario en la actividad de cualquier empresa y por eso hoy en día, existen muchas empresas socialmente responsables que establecen códigos de conducta, emiten informes sociales, desarrollan índices de sostenibilidad y se adhieren a normas internacionales sobre RSE (Pérez, et al 2008).

## **2.1 Concepto de responsabilidad social empresarial**

La RSE hace referencia al compromiso que tienen las empresas como ente social de mantener un comportamiento claro, transparente y competitivo basado en principios éticos, además de tener un gobierno corporativo que permita dar respuesta a las expectativas de los diferentes grupos de interés con los que la empresa se relaciona. (Escamilla, 2012)

Para Barroso (2008) la RSE es la iniciativa, colaboración y contribución de las empresas en cuanto al mejoramiento social, económico y ambiental. Sobre la delimitación del concepto mismo, se define como un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión

empresariales que se alinean en un balance entre las dimensiones y objetivos económicos, sociales y ambientales.

De acuerdo al Banco Mundial (2019) la RSE es “el hacer negocios basados en principios éticos y apegados a la ley” se cree que con la decisión de hacer negocios productivos y rentables, con parámetros éticos y alineados a la legalidad tienden a ser más productivos, a cuidar la lealtad del cliente, a abrir el acceso a diferentes mercados y aumenta la credibilidad de la empresa.

La Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE) agrupa a 19 organizaciones con antecedentes importantes de trabajo en la promoción del tema en México y definen a la RSE como el compromiso real y congruente de cumplir íntegramente con la finalidad y objetivos de la empresa, teniendo en cuenta y cumpliendo con las expectativas económicas, humanas, éticas, sociales, y ambientales, tanto hacia dentro de la empresa como en el ambiente externo con de los grupos relacionados demostrando valores fundamentales como el respeto por las personas, las comunidades, y el medio ambiente.

Morales (2014) denomina que a través de la Responsabilidad Social Empresarial se fortalece la cadena de valor y la relación con los colaboradores y asociados a la empresa, con el fin de asegurar a las generaciones futuras una sustentabilidad adecuada, además menciona que al usar este enfoque evita que se realicen acciones que perjudiquen a la empresa y se espera que genere un beneficio a largo plazo a las partes interesadas.

## **2.2 Creación de valor**

Las empresas además de tener como objetivo principal la creación de valor financiero, buscan mantenerse a lo largo del tiempo para lograr recuperar la inversión que han hecho en sus operaciones (Morales 2014).

La teoría económica tradicional contempla solamente la creación de valor para los dueños de la empresa: los accionistas, como la única función de la empresa (Gitman, 2012). Menciona De Miguel (2011) que actualmente, existen teorías actuales que atribuyen a que esta función no solo es económica, sino tiene otras perspectivas como también social. Como se mencionó anteriormente, la concepción social de la empresa implica tener en cuenta a todos los grupos de interés, incluyendo a los accionistas para generar valor para todos estos.

El escenario actual tiene como rasgo elemental, que la sobrevivencia de las empresas

debe de realizarse bajo un sistema basado en la generación de valor para todas las personas que se relación con la empresa (Escamilla, 2012).

De Miguel (2011) hace mención que la creación de valor es un proceso de doble ciclo, debido a que cuando la empresa da respuesta a las expectativas de los distintos grupos de interés genera impactos positivos en cada uno de ellos y como contrapartida pueda obtener distintos tipos de beneficios como económicos, de imagen y de otro tipo que a corto, mediano o largo plazo mejoran los resultados económicos de la empresa. Por eso se dice que las empresas al crear valor agregado para sus grupos de interés, están invirtiendo en su propia generación de valor.

Un factor importante para la creación de valor es la gestión de la cadena de suministro, ya que al tener una correcta gestión de la cadena, puede transformarse en una ventaja competitiva y por ende crea valor para la empresa y para los mismos grupos de interés (Escamilla, 2012). Otros autores como Aldeanueva (2014) y Lafuente (2011) nos mencionan que el concepto de grupos de interés se encuentra estrechamente relacionado el de Responsabilidad Social.

Según Freeman (1984) el grupo de interés de una empresa es “cualquier grupo o individuo que pueda afectar o es afectado por el logro de los objetivos de la empresa”. Otro concepto como el de la Lafuente (2011), menciona que los grupos de interés de las empresas son los individuos y colectivos que contribuyen de manera voluntaria o involuntaria a su capacidad y actividades de creación de riqueza y que, por lo tanto son sus principales beneficiarios y/o portadores del riesgo; estos grupos abarcan una amplia variedad de actores, tales como: accionistas, empleados, clientes, comunidades locales, proveedores, administración pública, entre otros.

Desde un punto de vista financiero las empresas podrán generar valor mediante: 1) incremento de la utilidad operativa de la organización, sin el uso de recursos financieros adicionales, 2) realizar inversiones en nuevos recursos financieros, que tengan un rendimiento superior al coste de los mismos, 3) devolver al socio-accionista la inversión empleada por la empresa (Escamilla, 2012).

Si a la perspectiva anterior de creación de valor se le introduce la variable de Responsabilidad Social Empresarial, menciona Escamilla (2012) que la aplicación de políticas de la RSE no solo perseguirá los objetivos económicos, sino también los sociales, reconociendo que una gestión adecuada de los mismos genera valor a largo plazo dentro de la

empresa.

### 2.2.1 Indicadores financieros

En la actualidad, los indicadores económicos facilitan la cuantificación del proceso de generación de valor, para poder crear valor de forma sostenida requiere atender las necesidades de rentabilidad de los accionistas a partir del cumplimiento de las demandas de los clientes, empleados, proveedores y la sociedad. Se cree que si todo ello se cumple, será entonces cuando se podrá retribuir a los socios-accionistas (Escamilla, 2012).

Para realizar una medición de generación de valor se necesitan indicadores que sirvan para estimar el cumplimiento de dichos objetos, al no existir una metodología única para medir el valor, los indicadores que se utilizaran para la presente investigación son los siguientes:

1. Rendimiento sobre capital (ROE)
2. Rendimiento sobre activos (ROA)

El ROE es el indicador que mide la rentabilidad obtenida por la empresa sobre sus recursos propios y se calcula dividiendo el beneficio neto entre los recursos propios. Lo que refleja es la capacidad que tiene la empresa de generar beneficio para sus accionistas. Es decir, el ROE es el razón que mide el rendimiento que logra el inversionista del capital que ha destinado para invertir en una compañía (Rodríguez, 2010).

El ROA es la razón financiera que valora la generación de beneficios de las operaciones de la empresa a partir de la utilización de sus activos y se obtiene al dividir los resultados netos antes de impuestos por el volumen de activos (Rico, 2015). Esta razón permite saber si la empresa está usando eficientemente sus activos.

## 3. MÉTODO

La muestra está compuesta por 8 empresas que conforman el IPC de la bolsa mexicana de valores del sector de productos de consumo frecuente, el periodo de estudio es del año 2013 al 2017. Para esta investigación se consultó la base de datos de la plataforma Bloomberg para obtener los datos financieros como los datos sociales de las empresas estudiadas.

Tabla 1. Muestra de empresas

Empresas IPC productos de consumo frecuente
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
Gruma, S.A.B de C.V
Kimberly Clark de México, S.A.B de C.V
Coca Cola Femsa, S.A.B de C.V
Grupo Lala, S.A.B de C.V
Wal Mart de México, S.A.B de C.V

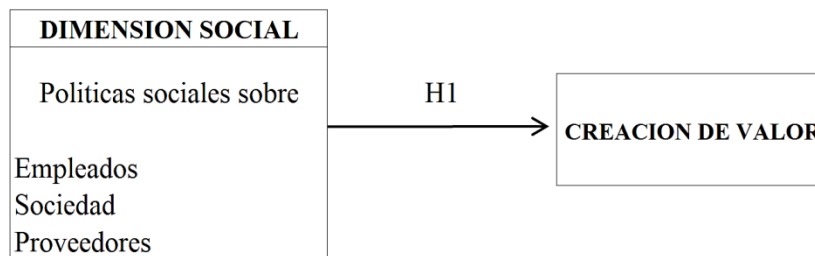
Fuente: Elaboración propia

Se pretende comprobar en esta investigación si las empresas al realizar acciones y políticas sociales de responsabilidad social empresarial tienen efectos positivos en el desempeño financiero de las mismas, este

desempeño será medido a través del ROE, ROA y EVA. Siendo la hipótesis la siguiente:

Hi: Si la implantación de políticas sociales de RSE crea valor en las empresas.

Figura 1. Modelo propuesto



Fuente: Elaboración propia a partir de Escamilla (2012).

El modelo utilizado para medir si las empresas generan o no valor mediante la aplicación de políticas sociales de la RSE, es un modelo que parte de la dimensión social, hacia la variable dependiente que es la creación de valor.

Para esta investigación se considera la creación de valor es la variable dependiente, por lo tanto la implantación de las políticas sociales de la RSE afectará de manera positiva o negativa dentro de la empresa implicando la creación o no de valor para la misma. La medición de la variable dependiente se realizará de 3 maneras:

$$\text{ROE} = \text{Beneficio neto} / \text{fondos propios}$$

$$\text{ROA} = \text{Beneficio antes de interés e impuestos} / \text{activos totales}$$

Las variables independientes se consideran algunas acciones sociales que realizan las empresas en cuanto a empleados, a proveedores y con la sociedad. Del balance social de la plataforma Bloomberg se eligieron

las siguientes variables: Política de ética contra soborno, política de sanidad y seguridad, gestión de la cadena de suministro, política de ética contra negocios, política de los empleados y gastos comunitarios

La primera variable indica si la empresa tiene políticas para evitar que sus empleados, directores, ejecutivos y directores tomen sobornos de otros y/o prevenir la participación en cualquier práctica comercial corrupta al limitar la competencia por engaño, incluyendo pero no limitado a: carteles, colusión, fraude, estafa, nepotismo, fijación de precios y favoritismo (Bloomberg, 2019).

La política de sanidad y seguridad es aquella que indica si la empresa ha reconocido los riesgos de salud y seguridad, y toma la responsabilidad y hace esfuerzos para mejorar la gestión de la salud y/o seguridad de los empleados (Bloomberg, 2019).

En cuanto a la política de ética contra negocios es la que indica si la empresa ha establecido directrices de éticas y/o una política

de cumplimiento para los empleados no administrativos/ejecutivos en la conducta de negocios de la empresa (Bloomberg, 2019).

La política de los empleados es la que indica si la empresa cuenta con sistemas y políticas establecidas para presentar quejas sobre el cumplimiento de éticas internas sin represalias ni retribución, incluyendo pero no limitado a acceso a líneas directas con respecto a ética, confidenciales de terceros o sistemas para reclamaciones confidenciales por escrito (Bloomberg, 2019).

Los gastos comunitarios es el apoyo económico a través de organismos e instituciones educativas, asistenciales, de beneficios, culturales y deportivas para ayudar al desarrollo de la comunidad (Femsa, 2019).

#### 4. RESULTADOS

Tabla 2 Planes y acciones de RSE Arca Continental

Acciones RSE / Año	2013	2014	2015	2016	2017
Política de ética contra soborno	SI	SI	SI	SI	SI
Política de sanidad y seguridad	SI	SI	SI	SI	SI
Política de la cadena de suministro	SI	SI	SI	SI	SI
Política de ética contra negocios	SI	SI	SI	SI	SI
Política de los empleados	SI	SI	SI	SI	SI
Firma del pacto mundial	SI	SI	SI	SI	SI
Gastos comunitarios	59,2	66,5	68,0	67,1	75,7

Fuente: elaboración propia

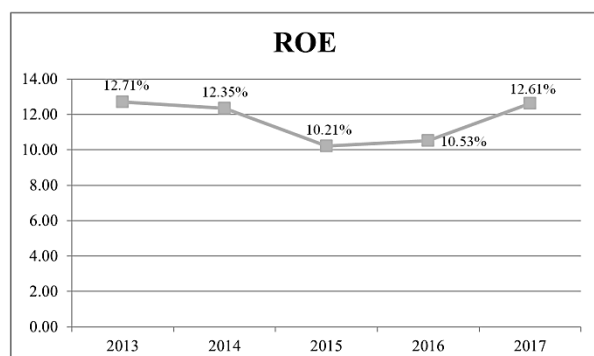
Se puede observar que Arca Continental cuenta con todas las políticas demostrando que es una empresa que se preocupa por el bienestar de todos sus grupos de interés. La empresa cuenta con canales de comunicación abiertos y constantes con sus diversos grupos de interés, con el objetivo de desarrollar relaciones a largo plazo que estén basadas en la transparencia, el

Tomando en cuenta las variables independientes seleccionadas, se realizó una tabla en la cual muestra si la empresa cumple o no con estas acciones y/o políticas de RSE de los años 2013 al 2017

diálogo y el beneficio mutuo (Arca Continental, 2019).

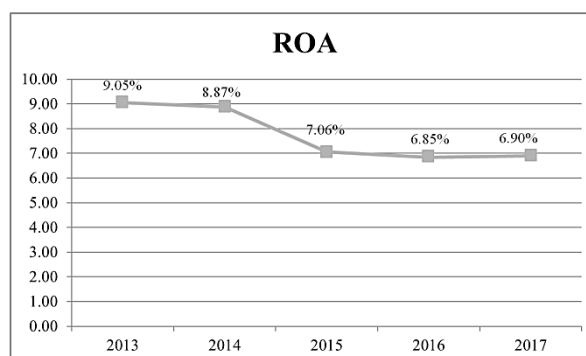
Para la realización de los resultados de los indicadores financieros se utilizó la información de los informes anuales de Arca Continental tomado de la plataforma de Bloomberg.

Figura 2: ROE Arca Continental



Fuente: Elaboración propia

Figura 3: ROA Arca Continental



Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en las figuras 2

y 3 el ROE y ROA durante el periodo del 2013 al

2017 siempre fue positivo y esto nos indica que la empresa ha tenido un buen rendimiento para los accionistas en base a los recursos propios de la empresa, así como también han tenido una buena productividad con el uso de los activos.

A pesar de haber bajado la rentabilidad

del ROA se puede afirmar que crea valor debido a que otra vez va en ascenso. Además considerando las diversas acciones y programas de RSE que realiza la empresa, se puede afirmar que Arca Continental crea valor para sus grupos de interés a nivel social.

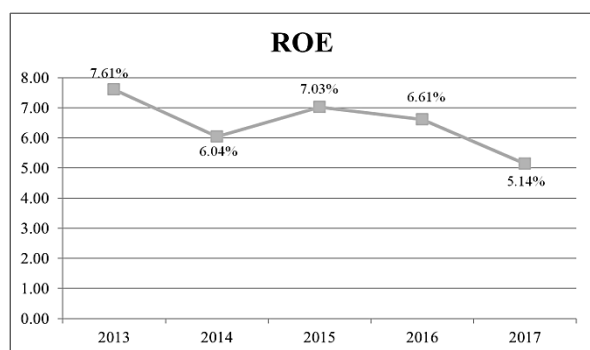
Tabla 3 Planes y acciones de RSE Grupo Bimbo

Acciones RSE / Año	2013	2014	2015	2016	2017
Política de ética contra soborno	SI	SI	SI	SI	SI
Política de sanidad y seguridad	SI	SI	SI	SI	SI
Política de la cadena de suministro	SI	SI	SI	SI	SI
Política de ética contra negocios	SI	SI	SI	SI	SI
Política de los empleados	SI	SI	SI	SI	SI
Firma del pacto mundial	SI	SI	SI	SI	SI
Gastos comunitarios	-	86,0	90,0	114,6	123,0

Fuente: elaboración propia

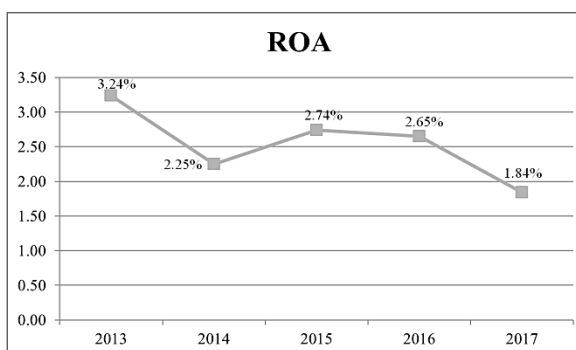
En el caso de Grupo Bimbo ha cumplido con las políticas a analizar, indicando que la empresa está comprometida a trabajar de una manera correcta y al mismo tiempo ayudar a mejorar la calidad de vida en sus grupos de interés. Las acciones que desarrolla Grupo Bimbo están presentes en 32 países en cuatro continentes (Grupo Bimbo, 2019).

Figura 4. ROE Grupo Bimbo



Fuente: Elaboración propia

Figura 5 ROA Grupo Bimbo



Fuente: Elaboración propia

A pesar de haber bajado la rentabilidad de ambos ratios durante el periodo estudiado, los dos siguen siendo positivos. Debido a que cuenta

con muchas acciones y programas sociales de RSE, se puede afirmar que Grupo Bimbo crea valor para sus grupos de interés.

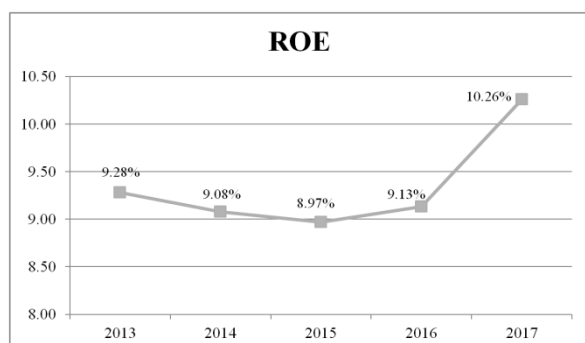
Tabla 4 Planes y acciones de RSE Fomento Educativo

Acciones RSE / Año	2013	2014	2015	2016	2017
Política de ética contra soborno	SI	SI	SI	SI	SI
Política de sanidad y seguridad	SI	SI	SI	SI	SI
Política de la cadena de suministro	SI	SI	SI	SI	SI
Política de ética contra negocios	SI	SI	SI	SI	SI
Política de los empleados	SI	SI	SI	SI	SI
Firma del pacto mundial	SI	SI	SI	SI	SI
Gastos comunitarios	335,2	335,0	369,0	357,3	454,8

Fuente: elaboración propia

La filosofía corporativa de Femsa es satisfacer las necesidades y demandas de los consumidores, generar utilidades para sus accionistas, fomentar el desarrollo social y minimizar el impacto al medio ambiente. Esta empresa promueve y acepta la diversidad y la inclusión buscando talento diverso pero que

Figura 6. ROE Femsa



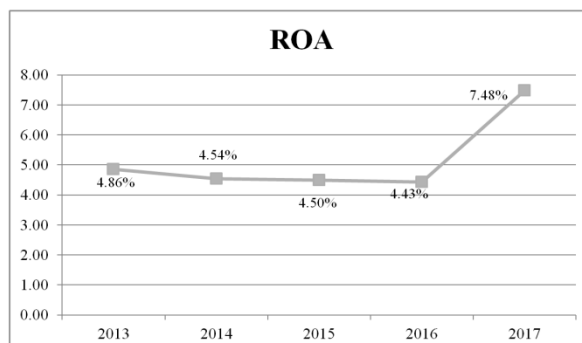
Fuente: Elaboración propia

En la figura 6 observamos que el valor del ROE es alto, pero mantiene una tendencia descendente de los años 2013 al 2015, empezando a recuperarse en el año 2016 y el ROA mantiene una tendencia constante hasta aumentar en el año 2017.

Posiblemente el ROE tuvo una disminución porque el nivel de deuda ha crecido

siempre tengan los mismos derechos y oportunidades; no discriminan a las personas por motivos como origen, raza, estado civil, edad, genero, entre otros (Femsa, 2019).

Figura 7. ROA Femsa



Fuente: Elaboración propia

con respecto a otros periodos y en el caso de ROA se ha mantenido constante pero se puede afirmar que los activos son productivos. Por tal motivo podemos afirmar que en conjunto con las prácticas de RSE la empresa crea valor para sus grupos de interés.

Tabla 5 Planes y acciones de RSE Gruma

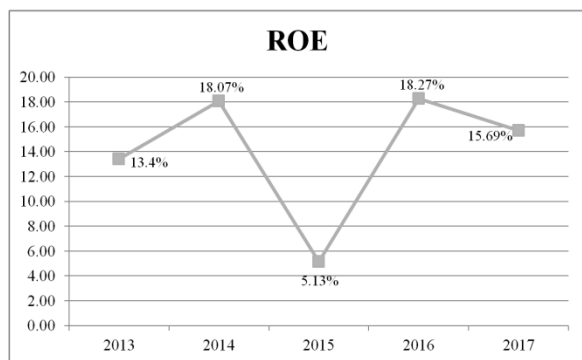
Acciones RSE / Año	2013	2014	2015	2016	2017
Política de ética contra soborno	NO	NO	NO	NO	SI
Política de sanidad y seguridad	NO	NO	NO	NO	SI
Política de la cadena de suministro	SI	SI	SI	SI	SI
Política de ética contra negocios	SI	SI	SI	SI	SI
Política de los empleados	SI	SI	SI	SI	SI
Firma del pacto mundial	NO	NO	NO	NO	NO
Gastos comunitarios	-	-	-	-	-

Fuente: elaboración propia

Como se puede observar Gruma no cuenta con todas las políticas de RSE estudiadas, sin embargo es una empresa que cuentan con diversos programas en apoyo a la sociedad como asistencia social, arte y cultura, desastres naturales, educación, medio ambiente, salud (Gruma, 2019).



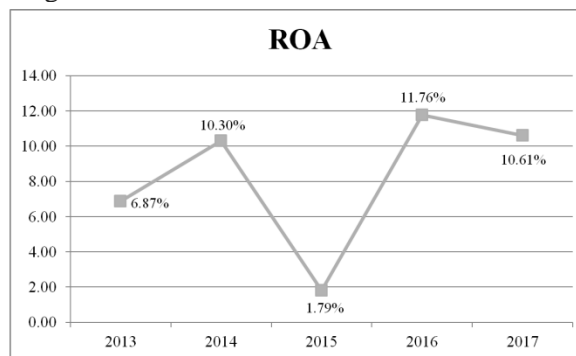
Figura 8. ROE Gruma



Fuente: Elaboración propia

En ambos casos es muy semejante su tendencia en los primero dos años, sin embargo en el año 2015 tuvo un gran descenso en ambos, recuperándose inmediatamente en el 2016 y 2017. Probablemente una de las razones fue que en el mercado mexicano y mundial han experimentado periodos de exceso de producción como de escasez de algunos granos como maíz y de trigo, como resultado de diferentes factores

Figura 9. ROA Gruma



Fuente: Elaboración propia

climatológicos, de los cuales han causado efectos adversos en los resultados de operación de la empresa (Gruma, 2019).

Referente al desarrollo financiero se determina que si crea valor la empresa debido a que los valores son altos y positivos, sin embargo en cuanto a la realización de políticas sociales de RSE no cumple en su totalidad con todas ellas, entonces la hipótesis se confirma parcialmente.

Tabla 6 Planes y acciones de RSE Kimberly Clark

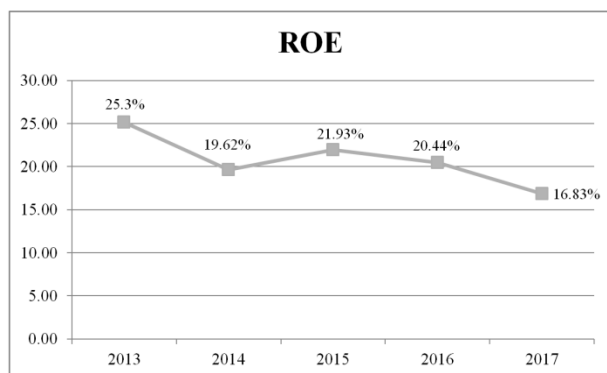
Acciones RSE / Año	2013	2014	2015	2016	2017
Política de ética contra soborno	SI	SI	SI	SI	SI
Política de sanidad y seguridad	SI	SI	SI	SI	SI
Política de la cadena de suministro	NO	SI	SI	SI	SI
Política de ética contra negocios	SI	SI	SI	SI	SI
Política de los empleados	SI	SI	SI	SI	SI
Firma del pacto mundial	NO	NO	SI	SI	SI
Gastos comunitarios	15,9	28,0	33,9	17,7	-

Fuente: elaboración propia

Como podemos observar en la tabla 6, Kimberly Clark cumple con las políticas y además en cuanto a la responsabilidad social la empresa tiene el compromiso de dialogar con sus grupos de interés para atender sus necesidades e inquietudes, así como accionar en las

comunidades a través de iniciativas de voluntariado social a través de programas y actividades educativas, culturales, así como de seguridad industrial y protección civil (Kimberly Clark, 2019).

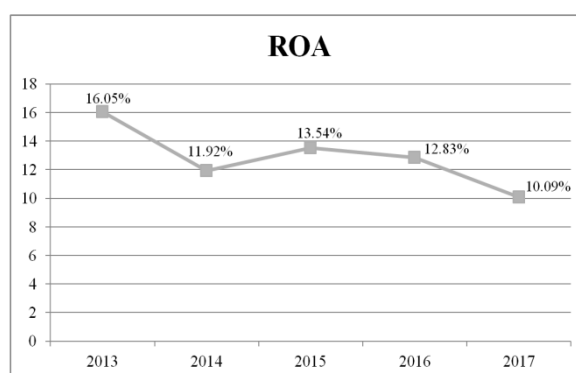
Figura 10. ROE Kimberly Clark



Fuente: elaboración propia

La evolución del ROE nos indica que la rentabilidad que obtienen los inversores de los fondos propios es adecuada, ya que se considera que mientras mayor sean es mejor, en cuanto a la determinación del ROA asociada con la

Figura 11. ROA Kimberly Clark



Fuente: elaboración propia

productividad y eficacia de los activos se ha mantenido casi constante, siendo alta en comparación con las otras empresas. Por eso se puede determinar que la empresa en conjunto con las prácticas de RSE crea valor para sus grupos de interés.

Tabla 7 Planes y acciones de RSE Coca Cola Femsa

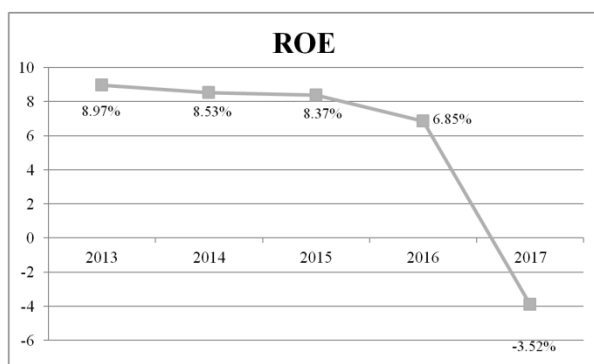
Acciones RSE / Año	2013	2014	2015	2016	2017
Política de ética contra soborno	SI	SI	SI	SI	SI
Política de sanidad y seguridad	SI	SI	SI	SI	SI
Política de la cadena de suministro	SI	SI	SI	SI	SI
Política de ética contra negocios	SI	SI	SI	SI	SI
Política de los empleados	SI	SI	SI	SI	SI
Firma del pacto mundial	SI	SI	SI	SI	SI
Gastos comunitarios	-	-	122,3	91,6	109,7

Fuente: elaboración propia

Coca Cola Femsa es una empresa que toma acciones para proveer y mantener lugares de trabajo seguros y saludables, así como proporcionar y mantener un ambiente de trabajo

adecuado y al mismo tiempo desarrollar una conciencia de seguridad entre el personal, y esto se puede confirmar en la tabla 7 al mostrar que cuenta con las políticas desde hace más de 5 años.

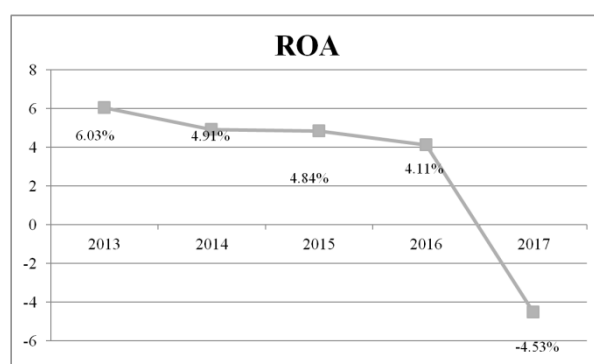
Figura 12. ROE Coca-Cola Femsa



Fuente: elaboración propia

El caso de Coca Cola Femsa es muy peculiar debido a que durante los años 2013 al

Figura 13. ROA Coca-Cola Femsa



Fuente: elaboración propia

2016 llevaba un rendimiento constante, sin embargo en el 2017 como se puede observar bajo

de una manera drástica llegando a números negativos en el ROE y ROA. El año 2018 no está en el análisis de esta investigación pero cerro el año con un ROE y ROA positivo.

A pesar de los resultados negativos del 2017 Coca Cola Femsa generó un 15.3% más de ingresos totales en ese mismo año, lo que quiere

decir que si genera valor para sus grupos de interés, incluyendo a los accionistas.

Por lo tanto, en conjunto del desarrollo económico y la práctica de las políticas de RSE se puede confirmar que Coca Cola Femsa si crea valor.

Tabla 8 Planes y acciones de RSE Grupo Lala

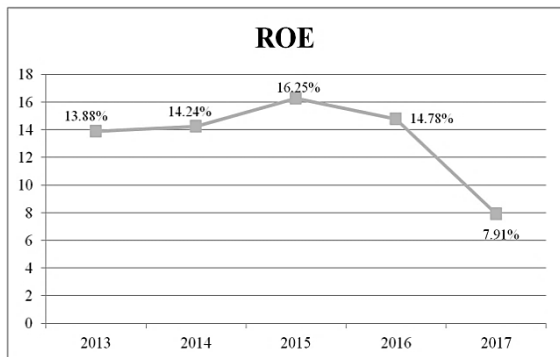
Acciones RSE / Año	2013	2014	2015	2016	2017
Política de ética contra soborno	NO	NO	NO	SI	SI
Política de sanidad y seguridad	SI	SI	SI	SI	SI
Política de la cadena de suministro	NO	SI	SI	SI	SI
Política de ética contra negocios	SI	SI	SI	SI	SI
Política de los empleados	NO	NO	NO	SI	SI
Firma del pacto mundial	NO	NO	SI	SI	SI
Gastos comunitarios	-	-	100,0	106,9	144,9

Fuente: elaboración propia

A pesar de que Grupo Lala no cumple con todas las acciones de RSE seleccionadas en el año 2016 la empresa recibió por 12avo año consecutivo el distintivo de Empresa Socialmente Responsable por el Centro

Mexicano para la Filantropía y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial. Su fundación apoya a la comunidad a través de programas de alimentación, educación, salud y biodiversidad (Grupo Lala, 2019).

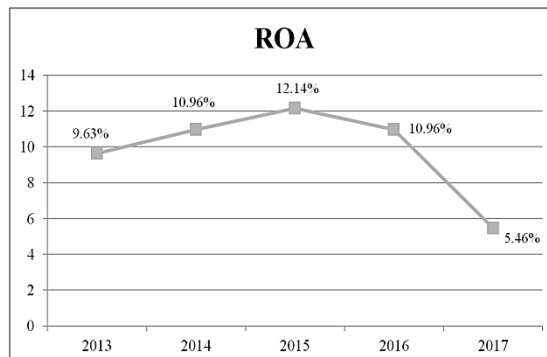
Figura 14. ROE Grupo Lala



Fuente: elaboración propia

El cálculo del ROE en este caso nos indica que su evolución es buena debido a que se había mantenido alto y constante, hasta el año 2017 en donde tuvo una baja de casi el cincuenta por ciento, aun así el porcentaje es positivo. En el caso del ROA tiene una tendencia similar, al igual que el ROE en el año 2017 obtuvo una baja

Figura 15. ROA Grupo Lala



Fuente: elaboración propia

significativa, sin embargo esta sigue siendo positiva. Algunas de las razones que pidieron provocar esto, es debido a una menor utilidad operativa y mayores gastos de financiamiento.

Aun así la empresa en conjunto del desempeño financiero con las políticas de RSE si crea valor para sus grupos de interés.

Tabla 9 Planes y acciones de RSE Walmart

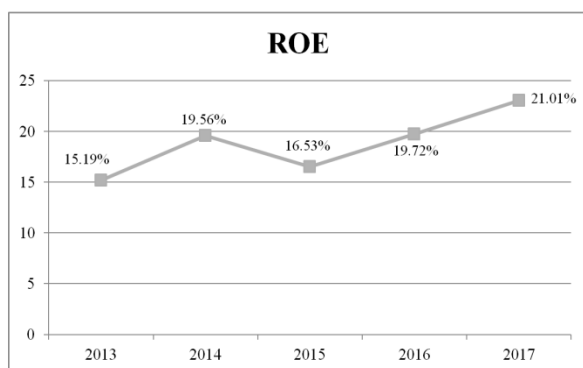
Acciones RSE / Año	2013	2014	2015	2016	2017
Política de ética contra soborno	SI	SI	SI	SI	SI
Política de sanidad y seguridad	SI	SI	SI	SI	SI
Política de la cadena de suministro	SI	SI	SI	SI	SI
Política de ética contra negocios	SI	SI	SI	SI	SI
Política de los empleados	SI	SI	SI	SI	SI
Firma del pacto mundial	SI	SI	SI	SI	SI

Fuente: elaboración propia

Walmart cumple con todas las políticas, adicional es la empresa que más gastos comunitarios tiene para con la sociedad. Su estrategia de responsabilidad social se basa en la creación de oportunidades para los sectores más

vulnerables y en el compromiso por reducir el impacto ambiental de su operación. Esta empresa permanece comprometida con desempeñarse cada día a los estándares éticos y legales, de forma que puedan seguir generando valor a todos sus grupos de interés (Walmart, 2019).

Figura 16: ROE Walmart



Fuente: elaboración propia

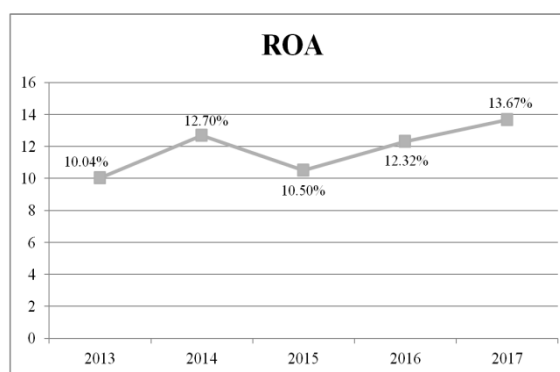
Como se puede observar en la figura 17 la empresa se ha destacado con la alta rentabilidad por los fondos propios que tiene los accionistas. Con respecto al ROA, en la imagen 18 se muestra que durante el periodo analizado se han tomado decisiones correctas respecto a la utilización de los activos, dando como resultados

## 5. CONCLUSIONES

En la literatura se puede observar que la supervivencia de las empresas debe basarse en un valor para todas las personas relacionadas con la empresa, es decir sus grupos de interés (Escamilla, 2012). Al implantar en las empresas políticas de responsabilidad social empresarial crean valor para sus grupos de interés involucrados, por lo tanto, aumenta la reputación de manera tanto interna como externa. En la actualidad los accionistas están interesados en conocer las acciones que lleva a cabo la empresa en cuanto a la responsabilidad social empresarial, por tal motivo es fundamental que las empresas las incluyan dentro de sus decisiones y estrategias.

El modelo de generación de valor que se utilizó, se basa en la implantación de políticas de RSE a partir de la dimensión social hacia la

Figura 17: ROA Walmart



Fuente: elaboración propia

una alto porcentaje de productividad de los mismos.

En conjunto con las acciones de RSE la empresa Walmart si genera valor, para sus accionistas y para el resto de sus grupos de interés. Por lo tanto la hipótesis es confirmada.

sistema que crea

creación de valor y los resultados del estudio muestran que las empresas que conforman el IPC de la BMV del sector productos de consumo frecuente tienen un impacto positivo en el desempeño financiero a través de los índices de ROE y ROA. Unas empresas tuvieron descensos en el desempeño financiero, sin embargo la mayoría se repuso, aún así al analizarlas se pudo observar que los índices son positivos.

Para futuras investigaciones se considera importante analizar en conjunto las tres dimensiones de la responsabilidad social que son la económica, la social y medioambiental para determinar si las empresas crean valor, así como también analizar empresas de los distintos sectores de la bolsa mexicana de valores.

## REFERENCIAS

- Aldeanueva Fernández, I. (2014). Antecedentes y evolución histórica de la responsabilidad social corporativa. *Strategos*, (12), 75-82.
- AliaRSE. (s.f.). *Aliarse por México*. Recuperado el 27 de Enero de 2019, de <http://aliarse.org.mx>
- Arca Continental. (s.f.). Recuperado el 16 de Marzo de 2019, de <http://www.arcacontinental.com>
- Banco Mundial. (s.f.). Recuperado el 27 de Enero de 2019, de <http://www.bancomundial.org>
- Barroso Tanocajigaira, F. G. (2008). La Responsabilidad Social Empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida Yucatán. *Contaduría y Administración No. 226*, 73-91.
- Bloomberg. (s.f.). Recuperado el 10 de Marzo de 2019, de <http://www.bloomberg.com>
- Cajiga Calderón, J. F. (s.f.). Responsabilidad Social Empresarial.
- De Miguel, A. L. (2011). *La responsabilidad social empresarial en la pequeña y mediana empresa*. Avilés: A contraviento C.B.
- Escamilla Solano, S. (2012). Las políticas de responsabilidad social empresarial como método de creación de valor. Un estudio de casos. Madrid.
- FEMSA. (s.f.). Recuperado el 15 de Marzo de 2019, de <http://www.femsa.com>
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2012). *Principios de Administración Financiera*. México: Pearson Educación.
- Gruma. (s.f.). Recuperado el 17 de Marzo de 2019, de <http://www.gruma.com>
- Grupo Bimbo. (s.f.). Recuperado el 18 de Marzo de 2019, de <http://www.grupobimbo.com>
- Grupo Lala. (s.f.). Recuperado el 9 de Marzo de 2019, de <http://www.lala.com.mx>
- Kimberly-Clark de México. (s.f.). Recuperado el 10 de Marzo de 2019, de <http://www.kimberly-clark.com.mx>
- Lafuente, G., & Luciano, P. (2011). La gestión de los grupos de interés: una reflexión sobre los desafíos a los que se enfrentan las empresas en la búsqueda de la sostenibilidad empresarial. *Revista de métodos cuantitativos para la economía y la empresa*, 71-90.
- Llamas Mendoza, A. (2017). *Generación de valor social*. México: IPADE Publishing.
- Morales, J. A., & Abreu, M. (2014). La gestión financiera de las empresas sustentables del sector productos de consumo frecuente que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores. *Decimo Noveno Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática*, (págs. 1-22). México.
- Perez Ruiz, A., De los Salmones, M. d., & Rodríguez del Bosque, I. (2008). Las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas como determinantes de las intenciones de comportamiento del consumidor. *Revista Asturiana de Economía*, 127 - 147.
- Retolaza, J. L., Rulz-Roquenl, M., & Jon, B. (2014). Cuantificación del valor social: propuesta metodológica y aplicación al caso de Lantegi Batuak.
- Rico Belda, P. (2015). Análisis Económico-Financiero de las empresas concesionarias de automóviles en España. *Revista de métodos cuantitativos para la economía y la empresa*, 95-111.

- Rodríguez Nava, A., & Venegas Martínez, F. (2010). Indicadores de rentabilidad y eficiencia operativa de la banca comercial en México. *Scielo Analytics*.
- Romo Jimenez, A. M. (2016). Responsabilidad Social Empresarial y su evolucion en México. *Congreso Nacional de Ciencias Sociales* . Sonora.
- Saavedra García, M. L. (2011). La Responsabilidad Social Empresarial y las Finanzas. *Revista Cuadernos de Administración*, 39-54.
- Solis Gonzalez, J. L. (2008). Responsabilidad social empresarial: un enfoque alternativo. *Análisis Económico*, 227-252.
- Vázquez, J. A., & Gonzalez, D. (2009). Metodología para implementar un modelo de responsabilidad social empresarial (RSE) en la industria de la curtiembre en Colombia. *Contabilidad y Negocios*, 49-56.
- Walmart. (s.f.). *Walmart México y Centroamérica*. Recuperado el 25 de Febrero de 2019, de <http://www.walmartcentroamerica.com>