



Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), enero-febrero 2025,
Volumen 9, Número 1.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y VALUACIÓN DE ACCIONES EN LA BOLSA MEXICANA DE VALORES

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND SHARES VALUATION IN THE MEXICAN STOCK EXCHANGE

Ana Cecilia Flores Amador

Universidad Autónoma de Coahuila, México

Mayra Yazmin Ortiz Ozuna

Universidad Autónoma de Coahuila, México

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1.16443

Responsabilidad Social Empresarial y Valuación de Acciones en la Bolsa Mexicana de Valores

Ana Cecilia Flores Amador¹

cecilia-flores@uadec.edu.mx

<https://orcid.org/0009-0000-7940-040X>

Universidad Autónoma de Coahuila
México

Mayra Yazmin Ortiz Ozuna

mayraortiz@uadec.edu.mx

<https://orcid.org/0009-0003-0432-5507>

Universidad Autónoma de Coahuila
México

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo comprobar si la obtención del distintivo Empresa Socialmente Responsable incrementa el valor en las acciones de las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores durante el periodo 2024, considerando como medida de creación de valor la razón financiera precio de mercado a valor en libros y buscando demostrar la diferencia estadística entre las empresas listadas que acreditaron el distintivo otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía y las empresas que no lo acreditaron. El estudio se desarrolló mediante un enfoque cuantitativo, aplicando las pruebas estadísticas Kolmogorov-Smirnov y U de Mann-Whitney, considerando como muestra las empresas listadas en la Bolsa Mexicana de Valores en el periodo 2024. De acuerdo a los resultados, se encontró que estadísticamente no existe una diferencia significativa entre los dos grupos de empresas, por lo que obtener la acreditación del distintivo de responsabilidad social no ejerce un efecto en el precio de las acciones de las empresas listadas en Bolsa Mexicana de Valores.

Palabras clave: precio de mercado, valor en libros, responsabilidad social

¹ Autor principal

Correspondencia: cecilia-flores@uadec.edu.mx

Corporate social responsibility and shares valuation in the Mexican Stock Exchange

ABSTRACT

The objective of this research is to verify whether obtaining the Socially Responsible Company distinction increases the value of the shares of companies listed on the Mexican Stock Exchange during the period 2024, considering the financial ratio to market price as a measure of value creation. at book value and seeking to demonstrate the statistical difference between the listed companies that accredited the distinction granted by Mexican Center for Philanthropy and the companies that did not accredit it. The study was developed using a quantitative approach, applying the Kolmogorov-Smirnov and Mann-Whitney U statistical tests, considering as a sample the companies listed on the Mexican Stock Exchange in the period 2024. According to the results, it was found that statistically There is no significant difference between the two groups of companies, so obtaining the accreditation of the social responsibility badge does not have an effect on the share price of the companies listed on the Mexican Stock Exchange.

Keywords: market price, book value, social responsibility

*Artículo recibido 10 diciembre 2024
Aceptado para publicación: 15 enero 2025*



INTRODUCCIÓN

El tema que se aborda en este artículo es la responsabilidad social como estrategia para incrementar el precio de mercado de las acciones de empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, en 2024. La investigación se enfoca en la creación de valor para los accionistas midiendo el incremento del precio de mercado de las acciones con respecto a su valor en libros. Así mismo, se investiga la variable de responsabilidad social como estrategia para incrementar el precio de mercado.

Una de las metas de los administradores es crear riqueza para los accionistas, y la manera de hacerlo puede ser incrementar el valor de las acciones en el mercado con respecto a su valor en libros, es decir, uno de los objetivos es lograr que el precio de mercado sea superior al valor que las acciones tienen en libros. Se tiene la opción de recurrir a una serie de estrategias como la expansión de mercados, estrategias fiscales, contables, de eficiencia operativa, reestructuración de capital, inversión en tecnología, entre otras, con la finalidad de incrementar el número de veces que el inversionista está dispuesto a pagar por una acción, en relación a su valor en libros. Así mismo, existen tácticas para influir en el precio del mercado basándose en la percepción que los inversionistas tienen de la empresa. De acuerdo al Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) ser una empresa socialmente responsable mejora la imagen pública y la reputación de la empresa entre el público inversionista y los consumidores, dando como resultado un crecimiento en el consumo de productos cuya fabricación se realizó considerando el cuidado del medio ambiente y las necesidades de la sociedad. El problema que se busca investigar es si la acreditación del distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR) puede aplicarse como estrategia para incrementar el precio de mercado de las acciones.

La importancia de esta investigación radica en la fuerza que ha tomado la responsabilidad social empresarial a nivel global en el ámbito social, ambiental y de gobernanza ante un deterioro del ambiente y problemas sociales; así como en la relevancia de la creación de valor en las empresas ante las diversas dificultades que enfrentan para generar beneficios para sus accionistas. La fusión de ambas variables, tanto la responsabilidad social como la creación de valor, puede generar beneficios para el ambiente, la sociedad en general y la empresa.

Existen estudios previos que analizan la relación de la responsabilidad social con el desempeño financiero de las empresas.

Estas investigaciones se han realizado en diversos periodos de tiempo, en varios países, con diferentes técnicas de análisis, así como con diversas variables tanto de responsabilidad social como de desempeño financiero. A continuación se mencionan algunas investigaciones relacionadas con este trabajo.

Rangel y Toscano (2022) investigaron el efecto que ejerce la responsabilidad social empresarial en la competitividad de las empresas a partir de un estudio documental de investigaciones publicadas durante el periodo 2016 a 2022, llegando a la conclusión que el efecto es positivo en cuanto a imagen, reputación, desempeño financiero, competitividad, que pueden presentarse a largo plazo.

Fernández (2024) investigó la responsabilidad social y su impacto en el desempeño financiero mediante un enfoque cuantitativo y explicativo durante el periodo 2022 a 2023 analizando métodos de regresión en estudios de distintos sectores económicos, encontrando que el efecto de la RSE en el desempeño financiero es relevante y sugiere futuras investigaciones con enfoques cuantitativos que aborden el impacto en el desempeño financiero de empresas no financieras o en mercados emergentes.

Bernal y Alpuche (2023) analizaron la RSE en un conjunto de empresas de la región oriente del Estado de México mediante una correlación canónica no lineal de datos que fueron recopilados mediante encuestas, encontrando que las empresas de la región practican RSE como una estrategia de sus modelos de negocios, lo cual corresponde al objetivo de este estudio.

De acuerdo a la investigación de Roffé e Ignacio (2024), la implementación de prácticas responsables ha ocasionado que las empresas enfrenten dificultades al asumir el costo de éstas, sin embargo el estudio respalda la idea de que las prácticas sustentables benefician financieramente a las empresas y considera que la responsabilidad social es una oportunidad que tienen las empresas para mejorar su rentabilidad y, al igual que Rangel y Toscano (2022), los autores afirman que el realizar actividades sustentables, mejora la competitividad de la empresa.

Matus et al. (2023) estudiaron la innovación y responsabilidad social corporativa de cinco empresas multinacionales establecidas en México, realizando visitas de campo y entrevistas con las partes involucradas durante el periodo 2021 a 2022, encontrando que las iniciativas socialmente responsables que lleva a cabo una empresa no necesariamente tienen un impacto inmediato o directo en su estrategia comercial o en sus productos y servicios.

De acuerdo a la investigación de Flores (2025), en el periodo 2023 no existe relación entre la acreditación del distintivo ESR y la razón financiera precio de mercado a valor en libros, surgió así la incógnita de si existe una diferencia estadística entre las empresas acreditadas con el distintivo ESR y las empresas no acreditadas con este distintivo, en función a la razón financiera precio de mercado a valor en libros durante el año 2024. Lo anterior con la finalidad de descartar que el resultado de la prueba realizada con datos del 2023 haya sido un caso aislado.

Valor de mercado y valor contable

Por lo general, el valor de mercado de las acciones es diferente al valor en libros, llamado también valor contable. El valor contable de una empresa es la diferencia entre el valor del total de activos y el valor total de pasivos (Van Horne y Wachowiks, 2010), por lo tanto el valor contable de una acción es la diferencia que resulta entre el total de activos y el total de pasivos, dividida entre el número de acciones comunes (Gitman, 2007).

Según Brealey et al. (2007), la diferencia entre el valor en libros de una empresa y su valor actual de mercado se atribuye a los activos intangibles que no se incluyen en los estados financieros, así como a las expectativas de los inversionistas que consideran que cierta acción podría otorgar grandes beneficios en el futuro. El valor de mercado de una acción es el precio que los inversionistas están dispuestos a pagar por una acción de la empresa, dado que el valor de un activo se determina por el valor presente de sus flujos futuros de efectivo (Ross et al. 2012), el precio de mercado de una acción depende de la capacidad de obtener rendimientos futuros, llamados dividendos y del valor que se espera obtener al momento de vender la acción.

Razón financiera precio de mercado a valor en libros

La relación que existe entre el valor de mercado y el valor contable de una acción puede medirse mediante la razón financiera precio de mercado a valor en libros.

Las razones financieras son herramientas que se utilizan para evaluar la situación y el desempeño financiero de las empresas (Van Horne y Wachowiks, 2010), es la relación de una cifra con respecto a otra dentro de los estados financieros, que permite evaluar el desempeño financiero de la organización, analizando rendimiento, liquidez, solvencia, endeudamiento y uso de activos de la empresa, así como el valor de mercado (Gitman, 2007).

Las razones de mercado son métricas que relacionan el valor de mercado de las acciones de una empresa con ciertos valores contables, por ejemplo la razón financiera precio a ganancias, la razón precio de mercado a valor en libros. La razón financiera precio de mercado a valor en libros permite evaluar la manera en que los inversionistas ven a la empresa en cuanto a los rendimientos y el riesgo esperado (Gitman, 2007), indica el número de veces que los inversionistas están dispuestos a pagar por el valor contable de las acciones.

Bolsa Mexicana de Valores (BMV)

El incremento del ahorro de los inversionistas y el financiamiento de proyectos de desarrollo de empresas y del gobierno de un país es posible gracias a la gestión de mercados organizados, llamados bolsas de valores, los cuales permiten que la canalización del recurso económico sea eficiente, competitiva y transparente, actuando de acuerdo a un marco normativo en el cual se sustenta su funcionamiento (BMV).

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público otorgó una concesión a la Bolsa Mexicana de Valores. La BMV es una entidad financiera pública que tiene el objetivo de facilitar las transacciones y fomentar el desarrollo del mercado e incrementar su competitividad, por lo cual en ésta se llevan a cabo las operaciones de mercado de valores en México. El crecimiento del país ha sido fomentado por la BMV y las instituciones del sector financiero, ya que han contribuido a canalizar el ahorro hacia la inversión productiva (BMV).

Durante el periodo de estudio, en la BMV se encuentran listadas 135 empresas de diferentes tipos de industria: 36 empresas del ramo industrial, 23 empresas que brindan servicios financieros, 22 empresas de materiales, 20 empresas dedicadas a servicios y bienes de consumo, 19 empresas de productos de consumo frecuente, 9 empresas de servicio de telecomunicación, 4 del sector salud y 2 empresas del sector de energía, (BMV, 2024).

En la actualidad el tema de Responsabilidad social ha tomado importancia en la BMV, ya que se ha creado el Índice S&P/BMV Total México ESG, que es un índice sustentable que busca reflejar el comportamiento del mercado accionario mexicano de un grupo de empresas que cuentan como característica el realizar actividades sustentables.

Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Existen diversas definiciones del concepto de Responsabilidad social, que aplicada en las instituciones de educación superior es llamada Responsabilidad Social Universitaria (RSU) y enfocada en empresas recibe el nombre de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La RSE es definida por la Norma Internacional ISO 26000 como la responsabilidad que asume una organización ejerciendo un comportamiento ético que aporte al desarrollo sustentable, incluyendo la salud y el bienestar social, que cumpla las expectativas de las partes interesadas, asumiendo el impacto que ocasiona en la sociedad y el medio ambiente mediante, asegurándose de cumplir con la legislación y que ésta se aplique de acuerdo a la normativa internacional de comportamiento (International Organization for Standardization, 2010).

De acuerdo a la Secretaría de Economía (2016) del Gobierno de México, la RSE se define como una contribución voluntaria con la finalidad de mejorar el entorno social, económico y ambiental para posteriormente, generar una ventaja competitiva y valor añadido.

De acuerdo al Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI, 2024) la RSE se define como una visión de negocios basada en valores éticos que abarca el respeto a las personas, a la comunidad y al entorno ambiental de las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas en general, sin importar ubicación o industria a la que pertenece.

El Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) es un organismo fundado en 1988 en México que reúne una agrupación de organismos, instituciones y personas comprometidas con la sociedad con la finalidad de promover la responsabilidad social entre los ciudadanos para crear en las personas un valor social. Más de 1600 organismos entre los que se encuentran integran el CEMEFI, éstos son fundaciones, asociaciones, instituciones, industrias y personas, en donde se favorece el valor social a través de la filantropía, la responsabilidad social y la participación ciudadana (CEMEFI,2024).

La evaluación de los indicadores del ámbito social, ambiental y de gobernanza en las organizaciones está a cargo del CEMEFI, el cual, considerando normas nacionales e internacionales, mide el desarrollo de prácticas de responsabilidad social y recauda evidencia que sirva como respaldo para otorgar el acreditamiento del Distintivo ESR a las instituciones (CEMEFI, 2024).

La obtención del distintivo ESR exhorta a las empresas a que tomen la iniciativa de desarrollar actividades que fortalezcan la responsabilidad social empresarial con el objetivo de beneficiar a la sociedad en general. Actualmente, el distintivo ESR puede otorgarse a empresas pequeñas, medianas y grandes, de todo tipo de industria, así como a instituciones educativas de todos los niveles, tanto públicas como privadas (CEMEFI, 2024).

Las instituciones que acreditan el distintivo ESR mejoran su prestigio, imagen pública y la percepción que la sociedad y los inversionistas tienen acerca de ella, por consiguiente, el distintivo atrae la inversión al generar la confianza de los inversionistas que desean emplear su dinero en empresas sostenibles (CEMEFI, 2024).

Objetivo

Determinar si existe una diferencia estadística en la razón financiera precio de mercado a valor en libros entre las empresas listadas en la BMV acreditadas con el distintivo ESR y las empresas listadas en la BMV que no cuentan con la acreditación de este distintivo, en el año 2024.

Hipótesis

Existe una diferencia estadística en la razón financiera precio de mercado a valor en libros entre empresas acreditadas con el distintivo ESR y empresas que no cuentan con la acreditación de este distintivo, durante el año 2024.

Hipótesis nula

No existe una diferencia estadística en la razón financiera precio de mercado a valor en libros entre empresas acreditadas con el distintivo ESR y las empresas que no cuentan con la acreditación de este distintivo, durante el año 2024.

Pregunta de investigación

¿Existe una diferencia estadística en la razón financiera precio de mercado a valor en libros entre empresas acreditadas con el distintivo ESR y las empresas no acreditadas con el distintivo, durante el año 2024?

METODOLOGÍA

Considerando el objetivo de la investigación, se aplicó el enfoque cuantitativo. De acuerdo a Hernández (2006), la aprobación de hipótesis mediante la medición numérica y el análisis estadístico, así como la

aplicación de procedimientos estandarizados y aceptados por una comunidad científica corresponden al enfoque cuantitativo.

Esta investigación se realizó de manera objetiva, pretendiendo explicar las variables y predecir los fenómenos investigados de tal manera que sea posible generalizar los resultados obtenidos en la muestra a una población.

El tipo de investigación es explicativa, ya que de acuerdo a Hernández (2006), pretende establecer la causa de un evento o suceso social y bajo qué condiciones se desarrolla. En este caso se busca explicar la diferencia o similitud entre dos grupos de variables independientes.

El diseño de la investigación es no experimental, ya que no existe intervención ni manipulación de las variables analizadas (Hernández, 2006), solamente se recopiló la información y se analizó sin alterar los datos numéricos. Así mismo, el diseño es transversal, ya que la información se recopiló en un momento específico, es decir abarca un solo punto en el tiempo.

Actualmente, en la BMV cotizan 135 empresas, de las cuales se obtuvo la razón financiera precio de mercado a valor en libros solamente de 117, por lo que la muestra de la investigación representa el 87% del total de empresas listadas en BMV. Posteriormente, las empresas fueron clasificadas en dos grupos de acuerdo a la obtención del distintivo ESR. El primer grupo se integra de 61 empresas que no cuentan con el distintivo ESR y el segundo grupo se integra de 56 empresas que cuentan con la acreditación del distintivo ESR (CEMEFI, 2024).

Se obtuvo el listado de empresas que en el año 2024 se encontraban listadas en la BMV (BMV, 2024), posteriormente, se obtuvo la razón financiera precio de mercado a valor en libros de Koyfin, una plataforma de búsqueda de información de mercado (Koyfin, 2024). Finalmente las empresas fueron clasificadas en dos grupos de acuerdo a la acreditación del distintivo ESR, información obtenida en la página oficial del CEMEFI (CEMEFI, 2024).

El análisis de los dos grupos de datos se realizó mediante el programa estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), considerando como primera variable de tipo nominal a la acreditación del distintivo ESR, en SPSS es ‘distintivo’ y la segunda variable de tipo numérico es la razón financiera precio de mercado a valor en libros, que en SPSS es ‘precio-valor’.

Se realizó la prueba Kolmogorov-Smirnov, posteriormente, se aplicó la prueba U de Mann Whitney considerando en ambas un nivel de significación de 0.05 y un intervalo de confianza de 95%.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación se muestran los dos grupos de empresas, cuya información fue analizada mediante el programa SPSS.

En la imagen 1 se presenta el listado de las 56 empresas que cotizan en la BMV que acreditaron el distintivo ESR 2024.

Imagen 1. Empresas listadas en BMV que acreditaron el distintivo ESR 2024

1 ALEATICA, S.A.B. DE C.V.	29 GRUPO GIGANTE, S.A.B. DE C.V.
2 ALSEA, S.A.B. DE C.V.	30 GRUPO HERDEZ, S.A.B. DE C.V.
3 ARCA CONTINENTAL, S.A.B. DE C.V.	31 GRUPO HOTELERO SANTA FE, S.A.B. DE C.V.
4 AXTEL, S.A.B. DE C.V.	32 GRUPO MEXICANO DE DESARROLLO, S.A.B.
5 BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA, S.A.	33 GRUPO MEXICO, S.A.B. DE C.V.
6 BANCO DEL BAJÍO, S.A., INSTITUCIÓN DE BANCA MÚLTIPLE	34 GRUPO NACIONAL PROVINCIAL, S.A.B.
7 CEMEX, S.A.B. DE C.V.	35 GRUPO PALACIO DE HIERRO, S.A.B. DE C.V.
8 COCA-COLA FEMSA, S.A.B. DE C.V.	36 GRUPO POSADAS, S.A.B. DE C.V.
9 COMPAÑIA MINERA AUTLAN, S.A.B. DE C. V.	37 GRUPO PROFUTURO, S.A.B. DE C.V.
10 CONSORCIO ARA, S.A.B. DE C.V.	38 GRUPO ROTOPLAS, S.A.B. DE C.V.
11 CONTROLADORA AXTEL, S.A.B. DE C.V.	39 GRUPO SPORTS WORLD, S.A.B. DE C.V.
12 CONTROLADORA VUELA COMPAÑIA DE AVIACIÓN, S.A.B. DE C.V.	40 GRUPO TELEVISA, S.A.B.
13 CONVERTIDORA INDUSTRIAL, S.A.B. DE C.V.	41 IMPULSORA DEL DESARROLLO Y EL EMPLEO EN AMERICA LATINA, S.A.B. DE C.V.
14 CORPOVAEL S.A.B. DE C.V.	42 INDUSTRIAS PEÑOLES, S. A.B. DE C. V.
15 FINANCIERA INDEPENDENCIA, S.A.B. DE C.V. SOFOM, E.N.R.	43 INTERNACIONAL DE CERAMICA, S.A.B. DE C.V.
16 FOMENTO ECONÓMICO MEXICANO, S.A.B. DE C.V.	44 INVEX CONTROLADORA, S.A.B. DE C.V.
17 FRESNILLO PLC	45 MEGACABLE HOLDINGS, S.A.B. DE C.V.
18 G COLLADO, S.A.B. DE C.V.	46 MINERA FRISCO, S.A.B. DE C.V.
19 GCC, S.A.B. DE C.V.	47 NEMAK, S.A.B. DE C.V.
20 GENOMMA LAB INTERNACIONAL, S.A.B. DE C.V.	48 PROMOTORA AMBIENTAL, S.A.B. DE C.V.
21 GRUPO AEROPORTUARIO DEL CENTRO NORTE, S.A.B. DE C.V.	49 PROMOTORA Y OPERADORA DE INFRAESTRUCTURA, S.A.B.
22 GRUPO AEROPORTUARIO DEL PACIFICO, S.A.B. DE C.V.	50 REGIONAL, S.A.B. DE C.V.
23 GRUPO AEROPORTUARIO DEL SURESTE, S.A.B. DE C.V.	51 RLH PROPERTIES, S.A.B. DE C.V.
24 GRUPO BIMBO, S.A.B. DE C.V.	52 SEMPRA
25 GRUPO CARSO, S.A.B. DE C.V.	53 SERVICIOS CORPORATIVOS JAVER, S.A.B. DE C.V.
26 GRUPO ELEKTRA, S.A.B. DE C.V.	54 TV AZTECA, S.A.B. DE C.V.
27 GRUPO FINANCIERO BANORTE, S.A.B DE C.V.	55 VINTE VIVIENDAS INTEGRALES, S.A.B. DE C.V.
28 GRUPO GICSA, S.A.B. DE C.V.	56 WAL - MART DE MEXICO, S.A.B. DE C.V.

Fuente: Elaboración propia con información de la BMV y CEMEFI.

En la imagen 2 se presenta el listado de las 61 empresas que cotizan en la BMV que no acreditaron el distintivo ESR 2024.

Imagen 2. Empresas listadas en BMV que no acreditaron el distintivo ESR 2024

1 ACCEL, S.A.B. DE C.V.	31 GRUPO INDUSTRIAL SALTILLO, S.A.B. DE C.V.
2 ACOSTA VERDE, S.A.B. DE C.V.	32 GRUPO KUO, S.A.B. DE C.V.
3 ALFA, S.A.B. DE C.V.	33 GRUPO LAMOSA, S.A.B. DE C.V.
4 ALPEK, S.A.B. DE C.V.	34 GRUPO MINSА, S.A.B. DE C.V.
5 ALTERNA ASESORIA INTERNACIONAL, S.A.B. DE C.V.	35 GRUPO POCHTECA, S.A.B. DE C.V.
6 AMERICA MOVIL, S.A.B. DE C.V.	36 GRUPO RADIO CENTRO, S.A.B. DE C.V.
7 ANHEUSER-BUSCH INBEV SA/NV	37 GRUPO SIMEC, S.A.B. DE C.V.
8 BECLE, S.A.B. DE C.V.	38 GRUPO TMM, S.A.
9 BOLSA MEXICANA DE VALORES, S.A.B. DE C.V.	39 GRUPO TRAXIÓN S.A.B DE C.V.
10 CASA DE BOLSA FINAMEX, S.A.B. DE C.V.	40 GRUPO VASCONIA S.A.B.
11 CMR, S.A.B. DE C.V.	41 INDUSTRIAS CH, S.A.B. DE C.V.
12 CONSORCIO ARISTOS, S.A.B. DE C.V.	42 KIMBERLY - CLARK DE MEXICO S.A.B. DE C.V.
13 CORPORACION ACTINVER, S.A.B. DE C.V.	43 LA COMER S.A.B. DE C.V.
14 CORPORACIÓN INMOBILIARIA VESTA, S.A.B. DE C.V.	44 MEDICA SUR, S.A.B. DE C.V.
15 CORPORACION INTERAMERICANA DE ENTRETENIMIENTO, S.A.B. DE C.V.	45 OLLAMANI, S.A.B
16 CORPORACION MOCTEZUMA, S.A.B. DE C.V.	46 OPERADORA DE SITES MEXICANOS, S.A.B. DE C.V.
17 CORPORATIVO FRAGUA, S.A.B. DE C.V.	47 ORBIA ADVANCE CORPORATION, S.A.B. DE C.V.
18 CORPORATIVO GBM, S.A.B. DE C.V.	48 ORGANIZACIÓN CULTIBA, S.A.B. DE CV
19 CREDITO REAL, S.A.B. DE C.V., SOFOM, E.N.R.	49 ORGANIZACION SORIANA, S.A.B. DE C.V.
20 CYDSA, S.A.B. DE C.V.	50 PEÑA VERDE S.A.B.
21 DESARROLLADORA HOMEX, S.A.B. DE C.V.	51 PLANIGRUPO LATAM, S.A.B. DE C.V.
22 DINE, S.A.B. DE C.V.	52 PROCORP, S.A.B. DE C.V.
23 EL PUERTO DE LIVERPOOL, S.A.B. DE C.V.	53 PROTEAK UNO, S.A.B. DE C.V.
24 GENTERA, S.A.B. DE C.V.	54 QUÁLITAS CONTROLADORA, S.A.B. DE C.V.
25 GMÉXICO TRANSPORTES, S.A.B. DE C.V.	55 SITIOS LATINOAMÉRICA, S.A.B. DE C.V.
26 GRUMA, S.A.B. DE C.V.	56 TENARIS S.A.
27 GRUPE, S.A.B. DE C.V.	57 UNIFIN FINANCIERA, S.A.B. DE C.V.
28 GRUPO COMERCIAL CHEDRAUL, S.A.B. DE C.V.	58 URBI DESARROLLOS URBANOS, S.A.B. DE C.V.
29 GRUPO FINANCIERO INBURSA, S.A.B. DE C.V.	59 VALUE GRUPO FINANCIERO, S.A.B. DE C.V.
30 GRUPO FINANCIERO MULTIVA S.A.B. DE C.V.	60 VISTA ENERGY, S.A.B. DE C.V.
	61 VITRO, S.A.B. DE C.V.

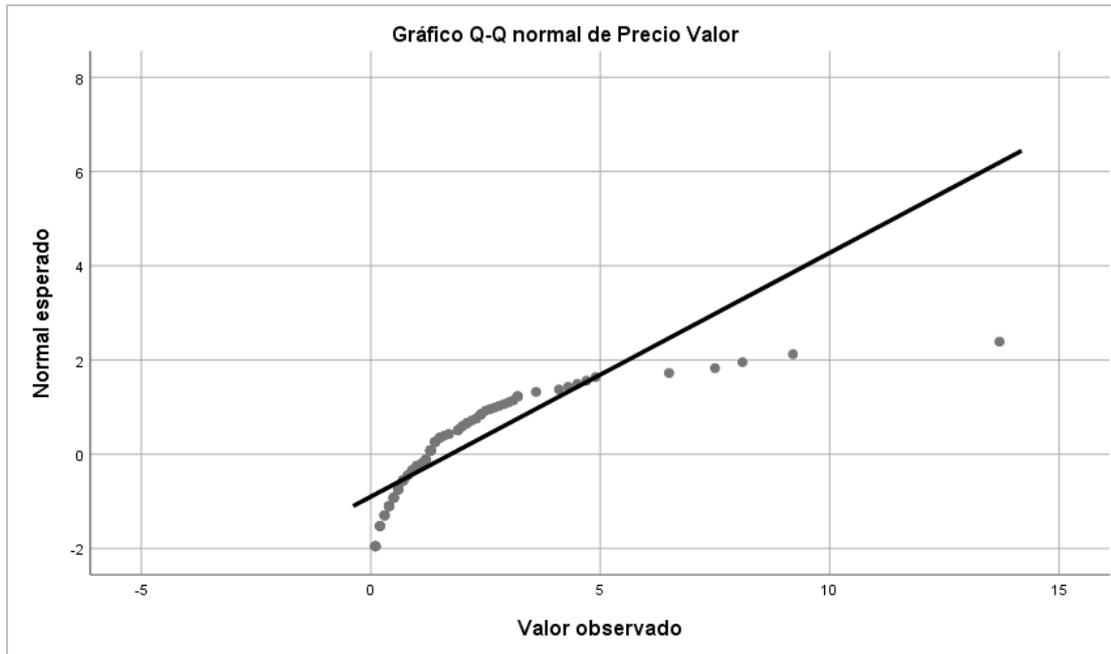
Fuente: Elaboración propia con información de la BMV y CEMEFI.

De acuerdo a Montemayor et al. (2024) se realizó la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, planteando la hipótesis alternativa “las variables presentan una distribución normal” y proponiendo como hipótesis nula alternativa “las variables no presentan una distribución normal” (Farías Montemayor, 2023).

La prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov muestra una significancia de 0.000, lo que indica que los datos no siguen una distribución normal, por lo que se acepta la hipótesis nula de normalidad.

A continuación, en la gráfica 1 Q-Q normal de la variable Precio-Valor se muestra la comparación de los valores observados (puntos de dispersión) y los valores esperados (línea recta) en una distribución normal, donde se aprecian valores alejados de la línea de distribución normal, tanto en los valores cercanos a cero como en los valores más altos, lo que señala una asimetría en la distribución. Lo observado en este gráfico concuerda con el resultado de la prueba de Kolmogorov-Smirnov.

Gráfica 1. Q-Q normal de variable Precio-valor

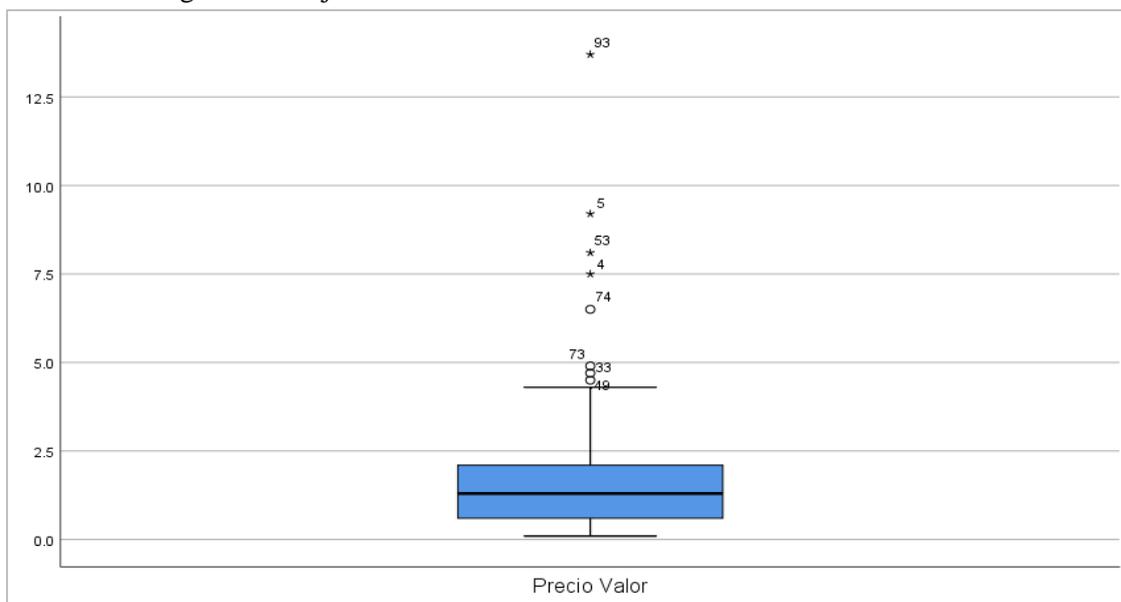


Fuente: Elaboración propia mediante el programa estadístico SPSS.

Adicionalmente, en la gráfica 2 se muestra el diagrama de caja en el cual en la parte superior se observan valores atípicos extremos, lo que muestra que los valores altos tienen mayor distribución que los valores bajos, confirmando que la distribución de los valores es asimétrica.

De acuerdo al diagrama, se observa diferencia en la longitud de los bigotes, el 75% de los datos presenta valores bajos y el 25% de los datos presenta valores altos, lo que confirma que los datos obtenidos en la investigación no son normales.

Gráfica 2. Diagrama de caja



Fuente: Elaboración propia mediante el programa estadístico SPSS.

Una vez que mediante la prueba de normalidad se comprobó que la distribución de los datos no es normal, se realizó la prueba no paramétrica U de Mann-Whitney, dando como resultado un valor de significancia de .468, considerando que el nivel típico de significancia es 0.05, la evidencia estadística indica que no hay diferencia en la distribución de las variables entre los grupos, por lo tanto se acepta la hipótesis nula de la investigación.

CONCLUSIONES

La prueba no paramétrica U de Mann-Whitney, dió como resultado un valor de significancia de .468, lo cual sustenta la hipótesis nula de esta investigación. No existe diferencia estadística significativa entre los dos grupos de empresas analizadas, en función a la razón precio de mercado a valor en libros. La acreditación del distintivo ESR, durante el año 2024, no creó valor en el precio de las acciones de las empresas que cotizan en la BMV.

Investigaciones previas han demostrado que existe una relación positiva entre la variable de responsabilidad social y la creación de valor en las empresas, sin embargo, en este estudio considerando la variable distintivo ESR y la variable precio de mercado, esta relación positiva no existe, por lo que el acreditar el distintivo ESR no se considera una estrategia para incrementar el precio de las acciones en el mercado, con base en los resultados del año 2024.

Cabe mencionar que el hecho de no contar con la acreditación del distintivo ESR, no significa que las empresas no realicen prácticas socialmente responsables o sustentables. Para futuras líneas de investigación, el estudio se puede realizar considerando como variable de responsabilidad social el pertenecer al Índice S&P/BMV Total México ESG, así mismo se pueden considerar otras variables de desempeño financiero como la rentabilidad o la liquidez de la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Bernal López, J. L., & Alpuche de la Cruz, E. (2023). La responsabilidad social empresarial como estrategia organizacional: un análisis empírico para la región oriente del Estado de México. *CIENCIA ergo-sum, Revista Científica Multidisciplinaria de Prospectiva*, 30(1), 1-15.

<https://doi.org/10.30878/ces.v30n1a1>

Bolsa Mexicana de Valores (2024). Empresas listadas.

<https://www.bmv.com.mx/es/emisoras/informacion-de-emisoras>



- Brealey, R.; Myers, S. & Marcus, A. (2007). *Fundamentos de Finanzas Corporativas*. McGraw Hill
- Centro Mexicano para la Filantropía. (2024). *Centro Mexicano para la Filantropía*.
<https://www.cemefi.org/>
- Farías Montemayor, O. M. (2023). Comparación entre conocimientos teóricos y prácticos del personal sindicalizado y no sindicalizado en siderúrgica coahuilense. *Revista San Gregorio*, 1(56), 14-32. <https://doi.org/10.36097/rsan.v1i56.2400>
- Fernández Aliaga, D. M. (2024). Responsabilidad social empresarial y su impacto en el desempeño financiero: una revisión sistemática. *Revista Quipukamayoc*, 32(68), 95-107.
<https://doi.org/10.15381/quipu.v32i68.29198>
- Flores Amador, A. C. (2025). Responsabilidad Social Empresarial y creación de valor en la Bolsa Mexicana de Valores: Impacto del distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR). *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 5(6), 3551 – 3565.
<https://doi.org/10.56712/latam.v5i6.3260>
- Gitman, L. J. (2007). *Principios de administración financiera* (11 ed.). Pearson.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación* (4a ed). McGraw-Hill.
- International Organization for Standardization (2010). *Guía de responsabilidad social ISO 26000*.
<https://americlatinagenera.org/wp-content/uploads/2014/09/U4ISO26000.pdf> Koyfin (2024). Comprehensive financial data analysis. <https://www.koyfin.com/>
- Matus Ruiz, M., Carrillo, J., & Prudencio González, R. (2023). Entre la responsabilidad y la innovación social corporativa: cinco casos de estudio de Empresas multinacionales en México. *Entreciencias: Diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 11(25), 1-25.
<https://doi.org/10.22201/enesl.20078064e.2023.25.84976>
- Montemayor, O. M. F., Torres, L. H. S., Lara, C. R. B., & Pérez, B. E. M. (2024). Comparativo por género sobre la percepción de la solución de problemas en alumnos de negocios internacionales: Comparative by gender for the perception of problem solving in international business students. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(6), 3987-3995.
<https://doi.org/10.56712/latam.v5i6.3293>



- Rangel Esqueda, A. I., & Toscano Moctezuma, J. A. (2022). ¿La responsabilidad social empresarial puede ayudar a mejorar la competitividad de las empresas mexicanas?. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(6), 1-24. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.3467
- Roffé, M. A., & Ignacio González, F. A. (2024). El impacto de las prácticas sostenibles en el desempeño financiero de las empresas: una revisión de la literatura. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 28(1), 195-220. <https://doi.org/10.36995/j.visiondefuturo.2023.28.01.006.es>
- Ross, S., Westerfield, R. & Jaffe, J. (2012). *Fundamentos de Finanzas Corporativas* (9 ed). McGraw Hill.
- Secretaría de Economía. (2016). *Responsabilidad social empresarial*. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/se/articulos/responsabilidad-social-empresarial-32705>
- Van Horne, J. & Wachowickz, J. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera* (13 ed). Prentice Hall.

