



GRADO EN COMERCIO, RRLL Y RRHH

TRABAJO FIN DE GRADO

**“Divulgación de información sobre sostenibilidad en la
industria de la automoción española”**

LARA CASTRILLO FERNÁNDEZ

FACULTAD DE CIENCIAS DEL TRABAJO

PALENCIA, 19 DE JUNIO DE 2025



UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

GRADO EN COMERCIO, RRLL Y RRHH

CURSO ACADÉMICO 2024-2025

TRABAJO FIN DE GRADO

“Divulgación de información sobre sostenibilidad en la industria de la automoción española”

Trabajo presentado por: Lara Castrillo Fernández

Tutora: Mercedes Redondo Cristóbal

FACULTAD DE CIENCIAS DEL TRABAJO

Palencia, 19 de junio de 2025

RESUMEN

Las empresas del sector de la automoción desempeñan un papel clave en la transición hacia un modelo económico más sostenible. El objetivo de este trabajo es analizar el grado de compromiso con la sostenibilidad en la industria de la automoción española. A partir de una muestra compuesta por 74 empresas del sector, se examina cómo comunican sus políticas ambientales, sociales y de gobernanza, así como su alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030. El estudio revela avances significativos, aunque desiguales, en la integración de prácticas responsables, destacando la importancia de una mayor comunicación y adaptación a las exigencias normativas y sociales actuales.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), Sostenibilidad, Sector de la automoción.

ABSTRACT

Companies in the automotive sector play a key role in the transition toward a more sustainable economic model. The aim of this paper is to analyze the level of commitment to sustainability within the Spanish automotive industry. Based on a sample of 74 companies in the sector, the study examines how they communicate their environmental, social, and governance (ESG) policies, as well as their alignment with the Sustainable Development Goals (SDGs) of the 2030 Agenda. The study reveals significant, though uneven, progress in the integration of responsible practices, highlighting the importance of improved communication and adaptation to current regulatory and social demands.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Sustainable Development Goals (SDGs), Sustainability, Automotive Sector.

ÍNDICE

RESUMEN	3
1. INTRODUCCIÓN	8
2. MARCO TEÓRICO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA SOSTENIBILIDAD	10
2.1. Concepción de la RSE	10
2.2. Comunicación de la RSE	13
2.3. La sostenibilidad y los ODS	16
3. EL SECTOR DEL AUTOMÓVIL EN ESPAÑA.....	19
4. RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR DE LA AUTOMOCIÓN.....	22
5. ANÁLISIS DE LA IMPLICACIÓN DE LAS EMPRESAS DE AUTOMOCIÓN EN SOSTENIBILIDAD.....	26
5.1. Descripción de la muestra.....	26
5.2. Variables	28
5.3. Análisis de resultados	31
5.3.1 Políticas y estándares de RSE comunicados	32
5.3.2 Memorias de sostenibilidad	38
5.3.3 Contribución de las empresas del automóvil a los ODS	42
6. CONCLUSIONES.....	51
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	54

ANEXO I. Listado de empresas de la muestra 57

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: objetivos de desarrollo sostenible	18
Figura 2: las tres dimensiones de los ODS	45

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfica 1: Porcentaje de empresas de la muestra exportadoras o importadoras	28
Gráfica 2: Porcentaje de empresas que comunican y aplican políticas de sostenibilidad.....	32
Gráfica 3: porcentaje de empresas con políticas específicas dentro de otras políticas	33
Gráfica 4: porcentaje de empresas que cuentan o no con un código de conducta	34
Gráfica 5: porcentaje de empresas que cuentan con certificaciones de calidad, medio ambiente y más	35
Gráfica 6: porcentaje de empresas en función del número de políticas o estándares que comunican	37
Gráfica 7: porcentaje de empresas que divulgan y no divulgan memoria de sostenibilidad.....	39
Gráfica 8: porcentaje de empresas que adaptan o no su memoria a la Ley 11/2018	40
Gráfica 9: porcentaje de empresas que verifican o no su memoria de sostenibilidad.....	41
Gráfica 10: porcentaje de empresas adheridas o no al Pacto Mundial de la ONU	

.....	42
Gráfica 11: porcentaje de empresas que informan sobre cada uno de los ODS en sus memorias	43
Gráfica 12: porcentaje de actuaciones que realizan las empresas en el ámbito económico, social y medioambiental de los ODS.....	46
Gráfica 13: porcentaje de empresas adheridas al Pacto Mundial que contribuyen a los ODS	47
Gráfica 14: porcentaje de empresas que cuentan o no con puntuaciones ESG	48

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Porcentaje de empresas de la muestra por Comunidad Autónoma	27
Tabla 2: promedio de porcentaje sostenible de las empresas por Comunidad Autónoma	37
Tabla 3: puntuaciones ESG relacionadas con el promedio de actuaciones ODS	49
Tabla 4: promedio de sostenibilidad de las empresas en función de si son o no calificadas riesgo ESG	50
Tabla 5: promedio de sostenibilidad de las empresas en función de su calificación al riesgo ESG	50

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, la sostenibilidad se ha convertido en una estrategia para las organizaciones, especialmente en sectores que tienen un elevado impacto medioambiental y económico, como el de la automoción. Las empresas de este sector desempeñan un papel fundamental en la economía de nuestro país, no solamente por su capacidad productiva y de generación de empleo, sino también por su influencia en la innovación tecnológica y en la balanza comercial del país. La creciente preocupación social y normativa por el cambio climático, la eficiencia energética y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha llevado a las empresas a replantearse su forma de operar, comunicar y generar valor.

La divulgación de información no financiera, especialmente aquella relacionada con la sostenibilidad y la RSE es fundamental para evaluar el compromiso real de las organizaciones con el desarrollo sostenible. En este sentido, la ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad, ha reforzado esta tendencia al exigir a determinadas empresas la elaboración de un Estado de Información no Financiera (EINF), el cual permite conocer el impacto medioambiental y social, así como determinadas cuestiones relativas al personal, al respeto de los derechos humanos y a la lucha contra la corrupción y el soborno.

Este trabajo tiene como objetivo analizar el nivel de compromiso con la sostenibilidad en la industria de la automoción española, una de las más relevantes del país, centrándose en cómo las empresas del sector divultan o comunican su desempeño en aspectos ambientales, sociales y de gobernanza. Para realizar el estudio se ha utilizado una muestra compuesta por 74 empresas automovilísticas, de las cuales se ha obtenido información relativa a políticas y prácticas de sostenibilidad que realizan a partir de la información contenida en sus webs corporativas y en los EINF que divultan.

El trabajo se estructura de la siguiente forma: a continuación, se expone el marco teórico en el que se desarrollan los conceptos de RSE, sostenibilidad, sus orígenes, dimensiones y marcos normativos en el ámbito empresarial. Después

se analiza el sector del automóvil en España y se comenta cómo se integra la RSE en este sector. A continuación, se plantea el estudio empírico realizado, se describe la muestra y variable utilizadas y se analiza la implicación de las empresas del sector de automoción en la implantación de políticas de sostenibilidad, publicación y verificación de memorias de sostenibilidad, contribución a los ODS y puntuaciones ESG. Para finalizar el trabajo presentando las principales conclusiones.

2. MARCO TEÓRICO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA SOSTENIBILIDAD

2.1. Concepción de la RSE

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE de ahora en adelante) se trata del compromiso voluntario que asumen las empresas para contribuir al desarrollo social y ambiental de las comunidades con las que interactúan, operando así de una forma ética.

Se puede decir que es el compromiso que adquiere una empresa ante sus grupos de interés y la sociedad en general [...] implica contribuir al desarrollo sostenible, la seguridad, la salud y el bienestar social; respetar y aplicar tanto las normativas locales como las internacionales; tener en cuenta los intereses y las expectativas de los grupos de interés y mantener un comportamiento ético e íntegro, así como la transparencia en su gestión (Scade, 2012, pág. 3).

Según el Libro Verde de la Unión Europea, “la mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” (Comisión Europea, 2001, pág. 7).

Ser socialmente responsable no se limita únicamente a cumplir con las leyes, sino que implica ir más allá, realizando inversiones adicionales en el desarrollo del personal, el cuidado del entorno y el fortalecimiento de las relaciones con los distintos grupos de interés. La experiencia demuestra que adoptar tecnologías y prácticas empresariales respetuosas con el medio ambiente, incluso más allá de lo que exige la ley, puede mejorar la competitividad de las empresas. Asimismo, implementar estándares sociales más exigentes que los mínimos legales (como en formación, condiciones o relaciones laborales) puede influir positivamente en la productividad. Esto abre oportunidades para gestionar el cambio de manera

efectiva y armonizar el progreso social con el crecimiento competitivo (Comisión Europea, 2001).

La concepción de la RSE como se entiende en la actualidad surge en Estados Unidos a mediados de los años 50 del siglo pasado, en un contexto marcado por tensiones sociales y políticas como la guerra de Vietnam y el régimen del apartheid. En ese momento, diversos movimientos organizados de ciudadanos empezaron a cuestionar ciertas prácticas económicas y políticas, considerándolas inaceptables. Como resultado, surgieron demandas por parte de la sociedad para reformar las normas del comercio internacional y para que las empresas asumirán un papel más activo en la resolución de los problemas sociales (Martínez, 2009). Es esa misma época cuando comienza a desarrollarse la RSC como disciplina académica, en la que se empiezan a formular numerosas teorías y modelos que describen la interacción entre las empresas y la sociedad, entre las que se encuentran la teoría de la ciudadanía corporativa, la responsabilidad ética y la teoría de los grupos de interés o stakeholders (Marín, 2018).

La incorporación de la responsabilidad social en el ámbito empresarial ha dado lugar a una nueva forma de entender y gestionar las empresas. Esto también ha llevado a que muchas organizaciones se replanteen sus objetivos fundamentales, incluyendo su misión y visión. La mayoría de los grupos de interés prefieren relacionarse con empresas que actúan de manera responsable con la sociedad. “Por esta razón, se muestran al consumidor, a través de la página web empresarial, todo un conjunto de tecnologías orientadas a la reducción de consumo y a un consumo más eficiente para reducir las emisiones y mejorar la eficiencia energética” (Amillano, Toribio, & Pérez, 2014).

Hay que señalar que, una entidad puede ser considerada socialmente responsable cuando tiene integrada en su estrategia empresarial su compromiso ético, social y medioambiental, y responde adecuadamente a las expectativas que tienen sus grupos de interés, tales como empleados, clientes, inversionistas,

proveedores, Administraciones Públicas y la sociedad en general (Mármol, 2018). Por lo tanto, se trata de integrar en la estrategia empresarial y en la toma de decisiones valores sociales, ambientales y éticos.

En este contexto, la responsabilidad social ha adquirido cada vez mayor preponderancia por la mayor sensibilización adquirida por empresarios y stakeholders (grupos de interés), en relación con asuntos como la salud de los empleados, el cambio climático, la interacción con las comunidades, el buen gobierno corporativo, la preocupación por el bienestar del consumidor, entre otros (Duarte, 2015, pág. 41)

En esta misma línea, también una empresa se considera que es socialmente responsable cuando está incluida en algún índice de valores éticos, lo que suele tener un impacto positivo en su valor de mercado y traducirse en ventajas financieras. Algunos de los índices de sostenibilidad son los siguientes: Dow Jones Sustainability Index o Domini 400 Social Index.

Sin embargo, la RSE no debe verse como un reemplazo de las leyes o regulaciones que protegen los derechos sociales o medioambientales [...] Los esfuerzos se deberían centrar en la instauración del marco legislativo o reglamentario adecuado a fin de definir un entorno uniforme a partir del cual desarrollar prácticas socialmente responsables (Comisión Europea, 2001, pág. 7).

Aunque en las últimas décadas han sido principalmente las grandes empresas y multinacionales las que han integrado las actuaciones de responsabilidad social en su estrategia empresarial, esta práctica es igual de relevante para organizaciones de cualquier tamaño y sector. En este sentido, es muy importante fomentar su adopción entre las pequeñas y medianas empresas, incluidas las microempresas, ya que representan una parte esencial de la economía y son grandes generadoras de empleo (Comisión Europea, 2001). Aun así, para muchas empresas, es una práctica relativamente reciente, cuya evaluación completa aún requiere una perspectiva más a largo plazo.

Según el Libro Verde de la Unión Europea, en la RSE se puede hablar de dos dimensiones: la interna y la externa.

Dentro de la empresa (dimensión interna), las prácticas responsables en lo social afectan en primer lugar a los trabajadores y se refieren a cuestiones como la inversión en Recursos Humanos, la salud y la seguridad, y la gestión del cambio, mientras que las prácticas respetuosas con el medio ambiente tienen que ver fundamentalmente con la gestión de los recursos naturales utilizados en la producción (Comisión Europea, 2001, pág. 8).

En cuanto a la dimensión externa, la responsabilidad social no se limita únicamente al entorno interno de las empresas, sino que se extiende a las comunidades locales. Abarcan no solo a empleados y accionistas, sino también a una amplia variedad de actores, socios comerciales, proveedores, consumidores, autoridades públicas y organizaciones no gubernamentales que defienden los intereses sociales y medioambientales. En un contexto global marcado por la inversión internacional y las cadenas de suministro globales, la Responsabilidad Social Empresarial debe ir más allá de las fronteras europeas (Comisión Europea, 2001).

Adicionalmente, la RSE puede tener un impacto positivo en la reputación de una entidad (Castaño-Ramírez & Arias-Sánchez, 2021). Sin embargo, esto no se produce automáticamente, para que ese vínculo se haga evidente, las empresas no solo deben implementar buenas prácticas de responsabilidad social, sino también comunicarlo de manera efectiva a sus grupos de interés. De lo contrario, puede resultar difícil establecer una relación clara entre sus acciones responsables y su buena reputación.

2.2. Comunicación de la RSE

La comunicación de las actuaciones de RSE es un aspecto cada vez más relevante en el ámbito empresarial. Es la Ley 11/2018 sobre información no

financiera y diversidad, la que establece que determinadas entidades deben elaborar el EINF. Se trata de un informe que va más allá de los datos económicos que puedan presentar las empresas, permitiendo entender cómo las organizaciones gestionan su impacto social, ambiental y ético.

La Ley 11/2018 impone a ciertas empresas a preparar anualmente un estado de información no financiera que contenga información relativa, por lo menos a cuestiones medioambientales y sociales, así como relativas al personal, al respeto de los derechos humanos y a la lucha contra la corrupción y el soborno (ICAC, 2018, pág. 1).

Las empresas que están obligadas a elaborar esta información son las sociedades anónimas, de responsabilidad limitada y sociedades comanditarias por acciones, que tengan la consideración de “entidades de interés público” y aquellas que, además, formulen cuentas consolidadas, siempre que concurran los siguientes requisitos:

- A. Que el número medio de trabajadores empleados por las sociedades del grupo durante el ejercicio sea superior a 250.
- B. Que durante dos ejercicios consecutivos reúnan, a la fecha de cierre de cada uno de ellos, al menos dos de las circunstancias siguientes:
 - 1) Que el total de las partidas del activo consolidado sea superior a 20.000.000 de euros.
 - 2) Que el importe neto de la cifra anual de negocios consolidada supere los 40.000.000 de euros.
 - 3) Que el número medio de trabajadores empleados durante el ejercicio sea superior a doscientos cincuenta.

Las sociedades cesarán en la obligación de elaborar el estado de información no financiera si dejan de reunir, durante dos ejercicios consecutivos dos de los

requisitos de la letra b) anterior, o cuando al cierre del ejercicio el número medio de trabajadores empleados no excediera de 250.

“La divulgación de información no financiera o relacionada con la responsabilidad social corporativa contribuye a medir, supervisar y gestionar el rendimiento de las empresas y su impacto en la sociedad” (Boletín Oficial del Estado, 2018). Según la Ley 11/2018, el EINF debe de incluir la siguiente información:

- Una breve descripción del entorno empresarial, estructura organizativa, mercados, objetivos, estrategias y factores que pueden influir en la evolución futura del grupo.
- Explicación de las políticas del grupo sobre cuestiones no financieras, incluyendo procedimientos de diligencia debida para identificar, evaluar, prevenir y mitigar riesgos e impactos, así como las medidas adoptadas y sistemas de control.
- Indicadores clave que permitan evaluar los progresos en cuestiones no financieras, basados en Marcos de referencia nacionales o internacionales.
- Identificación de los riesgos más relevantes relacionados con la actividad del grupo y cómo se gestionan, incluyendo posibles impactos negativos en relaciones comerciales, productos o servicios, y el desglose de riesgos a corto, medio y largo plazo.
- Información cuantitativa relevante, fiable, comparable y verificable sobre aspectos no financieros basada en estándares reconocidos (como los de la Comisión Europea o GRI), y aplicables a cada sección del informe.

De la misma forma, incluirá información sobre las siguientes cuestiones: información sobre cuestiones medioambientales, información sobre cuestiones sociales y relativas al personal, información sobre el respeto de los derechos humanos, información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno e información sobre la sociedad (compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible, subcontratación y proveedores, consumidores e información fiscal)

(Boletín Oficial del Estado, 2018).

2.3. La sostenibilidad y los ODS

Hay que señalar que el concepto de RSE y de sostenibilidad están muy relacionados, pero no son lo mismo. La sostenibilidad es un concepto más amplio y global que hace referencia al equilibrio entre lo económico, lo social y lo ambiental para garantizar el bienestar presente sin comprometer el futuro. Tampoco se limita solamente al mundo empresarial, se aplica a gobiernos, individuos, comunidades, etc. Además, abarca estrategias como la transición energética, la economía circular, la cadena de suministro sostenible y el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS de ahora en adelante).

Para definir “sostenibilidad” hay que enmarcarlo en el sentido de la palabra “sostener”, que significa poder continuar a lo largo del tiempo (Scade, 2012). Por lo que se puede definir una empresa sostenible como “aquella que crea valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazos, contribuyendo de esa forma al aumento del bienestar y al auténtico progreso de las generaciones presentes y futuras, en su entorno general” (Mármol, 2018, pág. 3).

Lógicamente, la RSE también puede tener un enfoque económico, pero en el conjunto de sus actuaciones no es fundamental. Se enfoca principalmente a prácticas vinculadas con el comportamiento ético, social y medioambiental de la empresa y cómo interactúa con sus grupos de interés. El enfoque económico es secundario o indirecto, es decir, es una consecuencia de hacer las cosas bien. Por lo tanto, se puede decir que la RSE es una forma en que las empresas contribuyen a la sostenibilidad. Es decir, es un instrumento dentro del marco más amplio de la sostenibilidad.

Una estrategia de sostenibilidad bien estructurada sirve como guía para manejar eficazmente los aspectos clave relacionados con lo social y lo ambiental y lo económico. En esta estrategia se articulan la visión de la organización y sus

valores, además de establecer cómo abordará la gobernanza, la relación con sus grupos de interés y la forma en la que va a comunicar sus acciones. Es un concepto que busca un equilibrio entre estos tres enfoques de desarrollo (económico, social y ambiental).

En cuanto a los ODS, ya mencionados anteriormente, son una iniciativa global impulsada por las Naciones Unidas adoptados en 2015 como parte de la Agenda 2030. Abordan desafíos urgentes como el cambio climático, la desigualdad, el acceso a la salud, la educación, el trabajo digno y la justicia. Cada objetivo cuenta con metas específicas que los países se comprometen a alcanzar mediante acciones coordinadas y sostenibles, promoviendo un desarrollo equilibrado a nivel social, ambiental y económico.

Son 17 objetivos que están interconectados y que abordan los principales desafíos globales. Según las Naciones Unidas “se interrelacionan entre sí e incorporan los desafíos globales a los que nos enfrentamos día a día, como la pobreza, la desigualdad, el clima, la degradación ambiental, la prosperidad, la paz y la justicia” (Naciones Unidas, s.f.). En la figura 1 se muestran los 17 ODS.

Figura 1: Objetivos de Desarrollo Sostenible



Fuente: Naciones Unidas

En el caso de las empresas, no tienen por qué desarrollar los 17 ODS, pero sí se espera que identifiquen y prioricen aquellos más alienados con su actividad. En las empresas del sector de la automoción, como se analizará posteriormente, contribuyen sobre todos a los ODS: salud y bienestar, igualdad de género, trabajo decente y crecimiento económico, industria, innovación e infraestructura, producción y consumo responsables y acción por el clima.

3. EL SECTOR DEL AUTOMÓVIL EN ESPAÑA

A continuación, se analiza una visión general del sector de la automoción en España, uno de los pilares fundamentales de la economía nacional.

El sector de la automoción comprende todas las actividades relacionadas con la fabricación, producción, distribución y reparación de vehículos a motor. Además, engloba el entramado industrial complementario encargado de fabricar piezas, sistemas electrónicos, soluciones de software integradas, sistemas auxiliares y ofrece servicios posteriores a la venta. Por lo tanto, el sector incluye tanto a los fabricantes de vehículos o de equipos originales (OEMs, por sus siglas en inglés) como a una extensa red de proveedores y servicios asociados.

Es un sector que no solo destaca por su capacidad de producción, sino también por su alto nivel de automatización e innovación. Además, es uno de los sectores que tiene una fuerte relevancia económica y social en los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y, por lo tanto, para España. Su importancia radica no solo en la generación de empleo y su influencia en la creación de riqueza y en las balanzas comerciales, sino en que es un sector muy dinámico y generador de innovaciones empresariales, organizativas, de diseño, de técnicas productivas, de gestión de suministros y compras, que han ejercido una gran influencia y un buen marco de aprendizaje para el resto de los sectores (Calpena, 2009).

Como señala la Asociación Española de Fabricantes de Automóviles y Camiones (ANFAC, 2020), la industria de la automoción se encuentra inmersa en un proceso de transformación para adaptarse a las nuevas tendencias de la movilidad que vienen determinadas por el usuario, el regulador y el desarrollo de las nuevas tecnologías.

La industria del automóvil es estratégica para la economía española y es uno de los pilares fundamentales de su industria. España cuenta con 17 plantas de fabricación pertenecientes a nueve grupos multinacionales, incluyendo marcas

como Seat (Grupo Volkswagen), Renault, Stellantis, Ford, Mercedes Benz, etc., y más de 1.000 empresas fabricantes de equipos y componentes. En estas infraestructuras se fabrican más de 40 modelos de vehículos, de los cuales 22 de ellos cuentan con versiones electrificadas (ANFAC, Informe Anual, 2024).

También hay que destacar que el sector del automóvil español no sólo sobresale en el contexto interno, sino que a nivel europeo ocupa el segundo lugar como fabricante de turismos solo por debajo de Alemania y el primero en productor de vehículos industriales. Además, es el octavo productor de vehículos a nivel mundial (ANFAC, Informe Anual, 2024), situándose China en primer lugar, seguida de Estados Unidos. En 2023, España fabricó más de 2,45 millones de vehículos, un 10,4% más que el año anterior a pesar de los problemas de aprovisionamiento de algunos componentes o la incertidumbre derivada de las guerras en Ucrania y en Oriente Próximo que condicionaron la capacidad productiva (Díaz, 2024).

“El panorama competitivo de la industria automotriz está marcado por una creciente rivalidad de los fabricantes de automóviles chinos y estadounidenses, particularmente en el segmento de vehículos eléctricos” (McKinsey & Company, 2025).

Los vehículos se mantienen como el producto con mayor aportación de saldo positivo a la balanza comercial española (Quijano & Pérez, 2018). Según los últimos datos disponibles, en el año 2023 se generó un total de 18.842 millones de euros procedentes de la actividad de exportación e importación de vehículos (ANFAC, Informe Anual, 2024). Por lo tanto, es un sector muy orientado a la exportación, el 89,4% de los vehículos fabricados en España se destinaron al mercado exterior, principalmente a países de la Unión Europea. Esta capacidad de exportadora contribuye significativamente al equilibrio de la balanza comercial y al buen posicionamiento a nivel mundial de la industria española.

Desde una perspectiva macroeconómica, el sector de la automoción en España representa aproximadamente el 10% del Producto Interior Bruto (PIB) del país,

considerando tanto la fabricación de vehículos como las actividades asociadas de distribución y servicios (ANFAC, Informe Anual, 2024). Asimismo, el empleo en este sector representa el 9% de la población activa en el año 2023, aunque se ha recuperado en los últimos años no ha alcanzado los niveles que tenía antes de la pandemia (Díaz, 2024).

Este sector sigue desempeñando un papel central en la recaudación fiscal. Solo en 2023 el Estado ingresó, 39.514 millones de euros en concepto de impuestos vinculados a la automoción, entre los que se incluyen el IVA, el impuesto de matriculación, el de circulación y los combustibles (ANFAC, Informe Anual, 2024).

La inversión en investigación y desarrollo que se efectúa en este sector es considerable, las plantas de producción españolas se sitúan entre las más automatizadas de Europa. Las empresas destinan más de 4.000 millones de euros anuales a I+D+i, principalmente en áreas como software de control, sensores de seguridad, baterías y conectividad inteligente (ICEX, 2024). El avance tecnológico del sector se basa en una avanzada red de Universidades, Centros Tecnológicos y clústers industriales. Como reflejo de este impulso innovador se puede indicar que las solicitudes de patentes automotrices crecieron en 2024 un 30,7% respecto al año anterior (Estrategia Empresarial, 2025).

4. RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR DE LA AUTOMOCIÓN

Tras haber explicado en qué consiste la RSE y la sostenibilidad, además de haber analizado el sector de la automoción, en este apartado se comentará cómo están incidiendo estas cuestiones en este sector, especialmente las actuaciones ambientales.

La Unión Europea ha establecido como meta que, a partir de 2035, todos los vehículos nuevos que se comercialicen estén completamente libres de emisiones. Esta medida forma parte de su estrategia para alcanzar la neutralidad climática antes del año 2050 (do Prado, y otros, 2025). Esta transición hacia vehículos sin emisiones está enmarcada dentro del Pacto Verde Europeo (Comisión Europea, 2023). El cambio climático y el deterioro ambiental representan una amenaza para Europa y todo el planeta. Para hacer frente a estos desafíos, el Pacto Verde Europeo propone convertir a la UE en una economía moderna, competitiva y sostenible, basada en un uso responsable de los recursos.

Esta normativa lleva a los fabricantes de automóviles a replantearse sus modelos de negocio y a incorporar la sostenibilidad como un elemento fundamental, desde la producción y la cadena de suministro hasta el diseño final de los vehículos. Por este motivo, las marcas automotrices están implantando programas o estrategias de RSE enfocadas a:

- La reducción de emisiones durante la fabricación
- El uso de materiales reciclables y procesos de economía circular
- Condiciones laborales seguras y éticas
- Transparencia e informes de sostenibilidad anuales (siguiendo estándares como GRI-Global Reporting Initiative). GRI es una organización internacional independiente que proporciona un marco estandarizado

para que las empresas, otras organizaciones y gobiernos informen públicamente sobre su impacto ambiental, social y económico. Además de GRI, otras normas clave de sostenibilidad en el sector de la automoción incluyen, por ejemplo, la certificación ISO 14001 de gestión ambiental.

La primera empresa del sector en Europa en alcanzar el galardón ISO y la primera en España del sector en alcanzar el certificado EMAS fue la empresa Volkswagen (la EMAS fue la primera norma internacional) (Amillano, Toribio, & Pérez, 2014).

En cuanto al uso del automóvil, el mayor impacto ambiental ocurre durante su uso. Según la Agencia Internacional de Energía (IEA), el 70-90% de las emisiones de un coche ocurren durante la conducción. La intensidad de este impacto varía según el tipo de energía que utiliza y el peso del vehículo. El transporte representa aproximadamente el 21% de las emisiones globales de CO₂. Mejorar la eficiencia energética en este sector puede contribuir significativamente a reducir dichas emisiones siempre que se cumplan los objetivos ambientales establecidos por las normativas sobre calidad del aire (Amillano, Toribio, & Pérez, 2014).

En lo que se refiere a las emisiones generadas, dependen del tipo de combustible empleado. La gasolina, que es el combustible más común, es también uno de los más contaminantes, ya que contiene sustancias como azufre y plomo que al quemarse resultan perjudiciales para la salud. Además, se liberan óxidos de nitrógeno, especialmente cuando el motor está frío. En comparación, los vehículos eléctricos tienen cero emisiones directas, aunque su impacto total depende de cómo se genera la electricidad que consumen, es decir, de dónde proviene esa electricidad. Si proviene de fuentes fósiles, las ventajas ambientales se ven reducidas.

Por esta razón, la sociedad debe enfrentar este desafío buscando alternativas que permitan aumentar la movilidad de forma sostenible. Esto implica necesariamente el desarrollo de vehículos que sean mucho más eficientes en el

uso de la energía y menos contaminantes para el medio ambiente.

Es fundamental tener en cuenta que los combustibles fósiles cubren el 85% de la demanda energética global: el 40% proviene del petróleo, el 22% del carbón y el 23% del gas natural. Esta alta dependencia del petróleo representa un riesgo considerable para los países, ya que las reservas son limitadas. La demanda sigue creciendo y, como resultado, el precio del petróleo se vuelve difícil de controlar (Candil-Gonzalo, 2010).

Según la Agencia Europea de Medio Ambiente (EEA), en 2023 los vehículos eléctricos representaron el 21,6% de las nuevas matriculaciones en Europa. Es un incremento significativo respecto a años anteriores (Agencia Europea de Medioambiente, 2024). Además de los vehículos eléctricos, se están desarrollando otras tecnologías sostenibles como el hidrógeno verde (especialmente para vehículos pesados y transporte de larga distancia) o biocombustibles avanzados, derivados de residuos orgánicos y con menos impacto ambiental que los combustibles fósiles.

En cuanto al desarrollo de motores, la atención se ha centrado especialmente en los motores diésel, ya que emiten considerablemente menos dióxido de carbono que los de gasolina (aproximadamente un 67% menos). Esta diferencia se debe a que los motores diésel aprovechan mejor la energía del combustible gracias a su mayor eficiencia térmica, lo que también se traduce en un menor consumo en comparación con otros motores de combustión interna.

Alcanzar este objetivo requiere una fuerte inversión en el desarrollo de infraestructuras para vehículos eléctricos, en la fabricación de baterías y en políticas de apoyo para los consumidores. El problema es que existen desafíos importantes, como el alto coste inicial de los vehículos eléctricos, que siguen siendo notablemente más caros que los del motor de combustión. Esta diferencia de precio frena su adopción, aunque el mercado europeo está experimentando un aumento en la cuota de mercado de los vehículos eléctricos (Agencia Europea de Medioambiente, Vehículos electricos, 2024). Aun así, los elevados precios de

la electricidad también suponen un obstáculo para su expansión.

Las actividades que se llevan a cabo en los diferentes talleres también afectan a los recursos naturales, al igual que el consumo de agua y energía es significativo (Amillano, Toribio, & Pérez, 2014). En un mercado tan competitivo como es el de la automoción, una diferenciación por precios o prestaciones brindadas no hacen la diferencia entre una y otra marca. La diferenciación se ha venido produciendo desde el año 2000 en materia de RSC, pues existen estudios que reflejan que la percepción del cliente respecto a la marca es mejor si tiene méritos sociales y medioambientales (Nieto, 2005).

5. ANÁLISIS DE LA IMPLICACIÓN DE LAS EMPRESAS DE AUTOMOCIÓN EN SOSTENIBILIDAD

Con el objetivo de analizar de forma objetiva el grado de implicación de las empresas del sector en materia de sostenibilidad, se ha llevado a cabo un estudio empírico basado en datos reales. El presente estudio sigue una metodología cuantitativa de tipo descriptivo, basada en el análisis de datos secundarios.

5.1. Descripción de la muestra

Para la realización del estudio empírico se ha obtenido una muestra de la base de datos SABI Informa, seleccionando las empresas españolas que cumplían las siguientes condiciones:

- Estado “Activas” en la fecha de búsqueda (30 de enero de 2025).
- Código primario de la CNAE 2009, sea el 29 Fabricación de vehículos de motor, remolques y semirremolques.
- Número de empleados sea igual o superior a 250, al ser uno de los requisitos establecidos en la Ley 11/2018 para que las empresas elaboren EINF.

La muestra que se obtiene está integrada por 102 entidades, cuya relación se recoge en el Anexo I.

En primer lugar, se hace una descripción de la localización geográfica de las entidades que integran la muestra, con el objetivo de conocer cuáles son las Comunidades Autónomas en las que este sector está más representado. Como se refleja en la tabla 1, la mayor concentración de empresa se encuentra en Cataluña, seguida de Aragón, Comunidad Valenciana y Galicia, Castilla y León y Navarra, Madrid, País Vasco, Cantabria, La Rioja y Castilla-La Mancha y, por último, Extremadura y Andalucía.

Tabla 1: Porcentaje de empresas de la muestra por Comunidad Autónoma

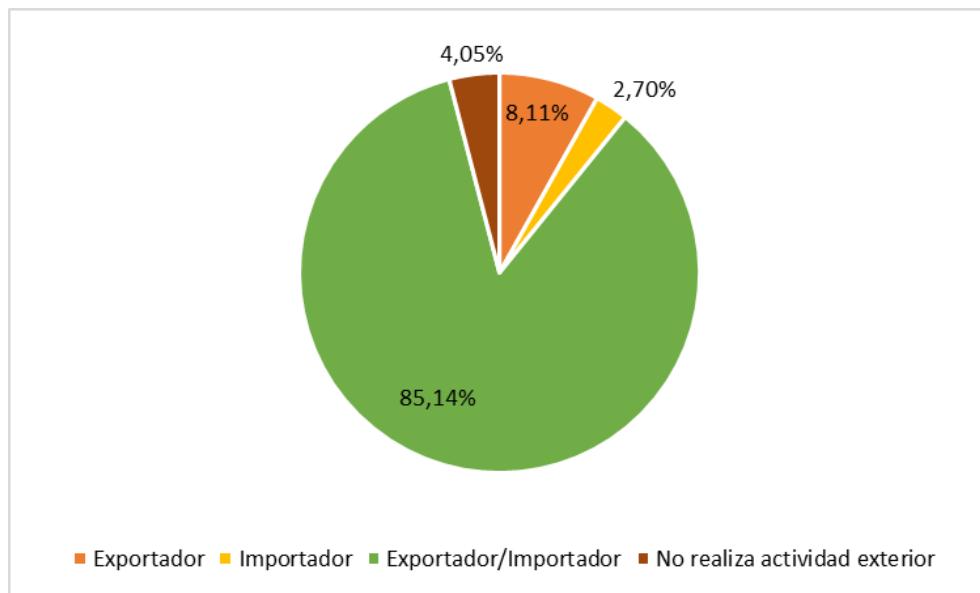
Comunidad Autónoma	Nº total empresas	% empresas	Nº empresas depuradas	% empresas
Andalucía	1	0,98%	1	1,35%
Aragón	15	14,71%	12	16,22%
Cantabria	3	2,94%	3	4,05%
Castilla y León	10	9,80%	5	6,76%
Castilla-La Mancha	2	1,96%	---	---
Cataluña	23	22,55%	21	28,38%
Comunidad Valenciana	11	10,78%	8	10,81%
Extremadura	1	0,98%	1	1,35%
Galicia	11	10,78%	8	10,81%
La Rioja	2	1,96%	2	2,70%
Madrid	7	6,86%	3	4,05%
Navarra	10	9,80%	6	8,11%
País Vasco	6	5,88%	4	5,41%
Total	102	---	74	---

Fuente: elaboración propia

Para analizar las actuaciones o prácticas vinculadas con RSC que realizan las entidades del sector de la automoción se procedió a depurar la muestra eliminando aquellas entidades que pertenecen al mismo grupo empresarial, al presentar el mismo informe de sostenibilidad, quedando la muestra final formada por 74 empresas. La distribución por Comunidades Autónomas de la muestra depurada se recoge en la tabla 1.

Otra cuestión a considerar es si estas entidades importan o exportan, puesto que las normativas existentes en distintos países pueden exigir cumplir con determinadas cuestiones vinculadas con la sostenibilidad.

Gráfica 1: Porcentaje de empresas de la muestra exportadoras o importadoras



Fuente: elaboración propia

Como se muestra en la gráfica 1, la gran mayoría de las entidades que integran la muestra, en concreto un 85,14%, realiza tanto actividades de exportación como de importación. Al tratarse de grandes empresas tienden a estar integradas en cadenas de suministro internacionales, tanto en la entrada como en la salida de bienes y servicios. El resto de las empresas se dedican exclusivamente a una sola actividad o no participan en el comercio exterior. Un 8,11% solo realiza actividades de exportación, un 2,70% de importación y un 4% aproximadamente no realizan actividades exteriores.

5.2. Variables

Bloque I. Variables vinculadas con las políticas y estándares de RSE que comunican las entidades de la muestra en la web corporativa. Se ha obtenido información de las siguientes actuaciones:

- *Pestaña sostenibilidad en la web corporativa*: sección en la página web de la propia empresa que muestra información sobre sus iniciativas, políticas, etc. en materia de sostenibilidad. Supone un compromiso de la entidad de

comunicar a los stakeholders las acciones que la empresa está tomando para ser más sostenible.

- *Política de sostenibilidad:* la entidad divulga un documento en el que se establecen los objetivos y las directrices de la empresa en materia de sostenibilidad. Incluye estrategias para reducir el impacto ambiental, mejorar la eficiencia energética y promover prácticas responsables en toda la cadena de valor.
- *Otro tipo de políticas:* estas políticas complementan la política de sostenibilidad y muestran un compromiso integral con la RSE. Por ejemplo, de seguridad y salud, de derechos humanos, de diversidad e inclusión, etc., suelen ser las más comunes.
- *Código ético:* documento que define a los principios y valores que guían al comportamiento de la empresa y sus empleados. Incluye normas sobre respeto, responsabilidad, integridad, transparencia, y sirve como base para la toma de decisiones éticas en la empresa.
- *Certificaciones de calidad:* documento que establece los estándares y procedimientos que la empresa sigue para asegurar que sus productos y servicios cumplen con altos niveles de calidad. Incluye aspectos como la mejora continua, la satisfacción del cliente y la conformidad con normativas y regulaciones. El objetivo es garantizar que los productos sean seguros, eficientes y duraderos.
- *Certificaciones Medioambientales o Net cero:* este tipo de documento certifica las estrategias y acciones que la empresa implementa para minimizar su impacto medioambiental. Como, por ejemplo, la reducción de emisiones de carbono, el uso eficiente de recursos, la gestión de residuos y la promoción de prácticas sostenibles en toda la cadena de suministro. También puede incluir el compromiso de la empresa con la neutralidad de carbono (Net Cero), donde se trata de alcanzar un balance en el que la cantidad de CO₂ emitido sea igual a la cantidad eliminada de la atmósfera.

- *Otras certificaciones:* Abarcan otras áreas como suelen ser la seguridad y salud laboral.

Bloque II. Cuestiones vinculadas con las *memorias de sostenibilidad*. En primer lugar, se verifica si las empresas de la muestra divultan memoria de sostenibilidad o EINF en su página web corporativa y, posteriormente, se comprueba la siguiente información relacionada con el informe:

- *Ejercicio económico al que corresponde la memoria de sostenibilidad:* permite contextualizar los datos y comparar el desempeño de la empresa a lo largo del tiempo. También asegura que la información esté actualizada y sea relevante, de esta forma, para los grupos de interés.
- *Estándar utilizado para la elaboración de la memoria:* se refiere al marco normativo o guía internacional seguida para estructurar y presentar la información de sostenibilidad. El ejemplo más común y el que más se repite es el Global Reporting Initiative (GRI de ahora en adelante). Asegura la transparencia y credibilidad de la información. Facilita que los stakeholders comprendan y evalúen el desempeño ESG (ambiental, social y de gobernanza) de la organización.
- *Adaptación del contenido de la memoria a lo establecido en la Ley 11/2018:* se comprueba si la memoria cumple con los requisitos legales establecidos en esta ley, que obliga a ciertas empresas a presentar un EINF. Garantiza el cumplimiento normativo.
- *Verificación de la memoria:* se comprueba que la información contenida en la memoria es real, completa y conforme a los estándares y normativas aplicables. Esta verificación debe de ser realizada por un profesional externo a la empresa.

Bloque III. Contribución de las empresas del sector del automóvil a los ODS, considerando dos cuestiones:

- *Adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas:* se indica si la empresa está adherida al Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas

(ONU), una iniciativa voluntaria que promueve principios universales en derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción. Esta cuestión está profundamente relacionada con los ODS, ya que ambos forman parte de la estrategia global de la ONU.

La ONU anima a las empresas adheridas a integrar los ODS en su estrategia empresarial. Las empresas que se adhieren deben presentar un informe anual de progreso, donde muchas ya incluyen cómo contribuyen a los ODS.

- *Contribución a los ODS:* ya explicados con anterioridad, se analiza el grado de compromiso de las empresas del sector de la automoción con los ODS establecidos en la Agenda 2030. A partir del análisis de la información contenida en sus EINF o memorias de sostenibilidad.

Bloque IV. Las calificaciones de riesgo ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) de *Morningstar Sustainalytics*. Estas puntuaciones ofrecen una evaluación multidimensional de la exposición de una empresa a los riesgos ESG relevantes específicos de su sector y su gestión de dichos riesgos. Morningstar emplea una metodología transparente que clasifica los riesgos en cinco niveles de gravedad, ofreciendo una medida absoluta del riesgo.

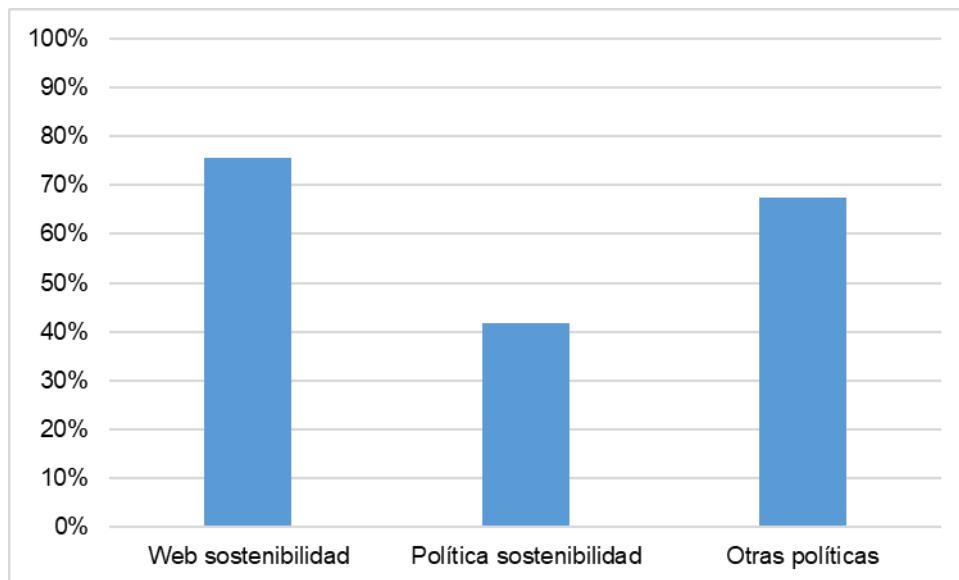
5.3. Análisis de resultados

En este apartado se comentan los resultados obtenidos para cada uno de los bloques anteriores, utilizando la muestra compuesta por 74 empresas automovilísticas. La metodología empleada para realizar el estudio ha consistido en revisar las páginas webs corporativas y los EINF de las empresas para comprobar si informan de las variables consideradas. La mayoría de las variables indicativa de actuaciones de sostenibilidad se han considerado como una variable binaria, de forma que se asigna el valor “1” cuando la empresa informa de esa actuación y “0” cuando no proporciona información.

5.3.1 Políticas y estándares de RSE comunicados

Comenzando por las variables vinculadas con las políticas y estándares de RSE se estudian en primer lugar las relacionadas con políticas y comunicación en sostenibilidad, los resultados obtenidos se recogen en la gráfica 2.

Gráfica 2: Porcentaje de empresas que comunican y aplican políticas de sostenibilidad

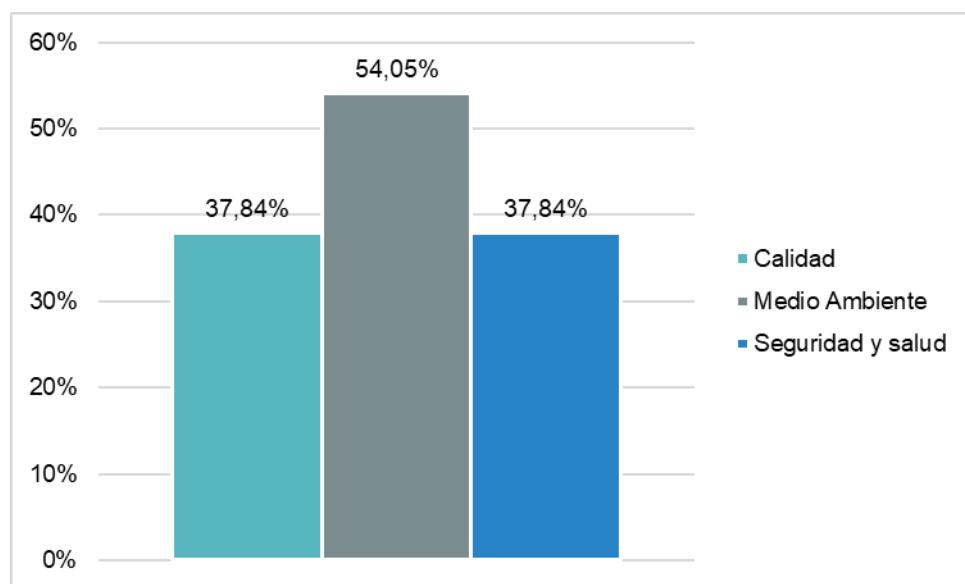


Fuente: elaboración propia

El 75,68% de las empresas cuentan con un apartado en su web corporativa dedicado exclusivamente a la sostenibilidad, lo que sugiere una intención de transparencia y accesibilidad para los clientes, inversores y otros grupos de interés. El 41,89% informan de que tienen políticas específicas de sostenibilidad, por lo tanto, menos de la mitad de las entidades ha formalizado sus compromisos en documentos internos o públicos. Aunque, el 67,57% de las empresas cuentan con otras políticas que están vinculadas con actuaciones de RSE, lo que sugiere que la gestión formalizada no es ajena a estas prácticas, pero la sostenibilidad aún no está completamente integrada. Resumiendo, hay 18 empresas que no cuentan con ningún apartado de sostenibilidad en su web, 43 empresas que no cuentan con políticas de sostenibilidad integradas y 24 empresas que no tienen ninguna otra política.

Respecto al apartado de “otras políticas”, se ha procedido obtener información del tipo de política que pueden adoptar las empresas, las más comunes y las más importantes son: la política de calidad, la política medioambiental y la política de seguridad y salud.

Gráfica 3: porcentaje de empresas con políticas específicas dentro de otras políticas



Fuente: elaboración propia

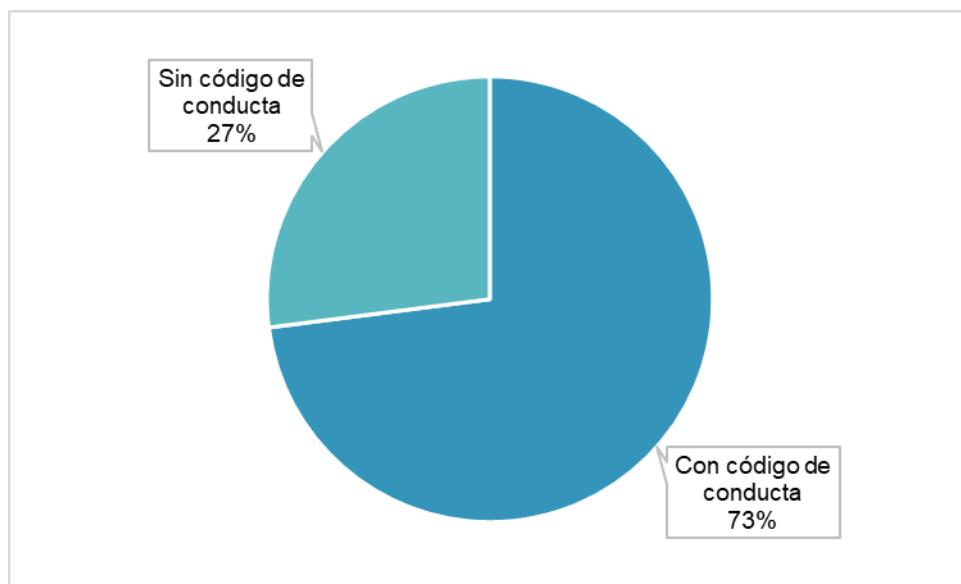
El gráfico 3 representa el porcentaje de empresas de la muestra que sí cuentan con estas políticas. Si se realiza un análisis inverso, se observa que hay aproximadamente un 62% de empresas que no cuentan con políticas de calidad, lo que corresponde a 46 empresas, porcentaje muy elevado puesto que las cuestiones de calidad son muy importantes en la automoción. A pesar de la importancia que en la actualidad tienen las cuestiones medioambientales hay un 46% de las entidades analizadas que no tienen políticas relacionadas con el medio ambiente, lo que corresponde a 40 empresas. Respecto a las políticas de seguridad y salud, un 62% que no hacen referencia a que tenga implantadas este tipo de políticas.

Los datos relacionados con las políticas que difunden en su página web corporativa reflejan una preocupación mayor por el impacto ambiental, lo cual es

coherente con las crecientes exigencias sociales y de regulación orientadas hacia una movilidad más sostenible.

En cuanto a la difusión en la página web del Código ético o de conducta, se ha seguido la misma metodología, los resultados obtenidos se reflejan en la gráfica 4. Aproximadamente el 73% de las empresas de la muestra cuentan con un Código de Conducta, este dato sugiere un nivel alto de compromiso con la ética empresarial y la regulación interna del comportamiento organizacional, aunque también deja espacio para mejora, ya que cerca del 30% de las empresas aún no cuentan con este tipo de documento.

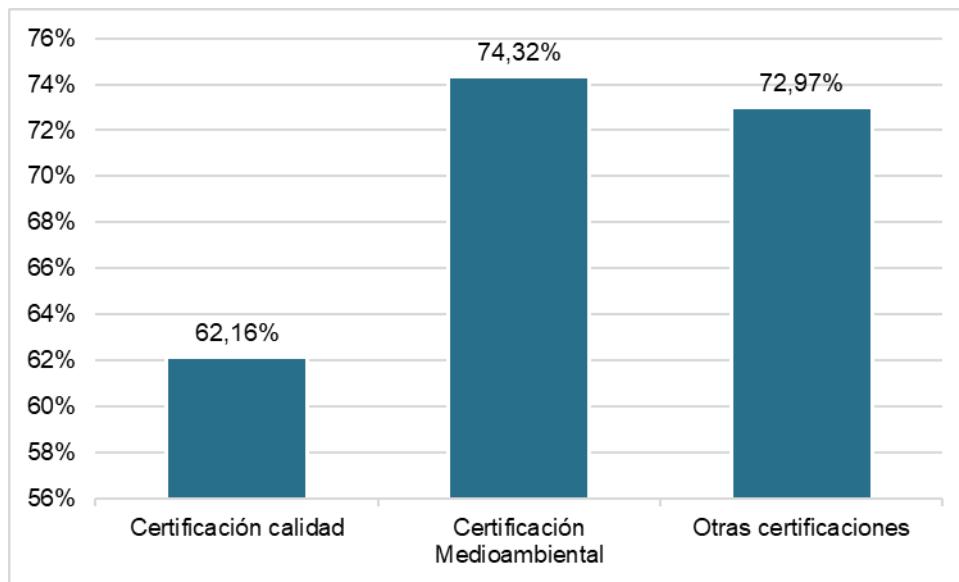
Gráfica 4: porcentaje de empresas que cuentan o no con un código de conducta



Fuente: elaboración propia

Para analizar las certificaciones se ha ido recogiendo el nombre y el tipo de certificación que divultan las entidades en su página web o en las memorias de sostenibilidad. Posteriormente se han agrupado las certificaciones en las categorías de calidad, medioambiental y otras, el porcentaje de empresas que tienen este tipo de certificaciones se refleja en el gráfico 5:

Gráfica 5: porcentaje de empresas que cuentan con certificaciones de calidad, medio ambiente y más



Fuente: elaboración propia

En cuanto a las certificaciones de calidad, un total del 62,16% de empresas cuentan con una certificación, las más comunes son la certificación ISO 9001 y la IATF 16949.

La certificación ISO 9001 es una norma internacional emitida por la Organización Internacional de Normalización (ISO), cuyo propósito es asegurar que las organizaciones sean capaces de satisfacer constantemente las necesidades del cliente y mejorar continuamente sus procesos. No está limitada a ningún sector, así que puede ser aplicada a cualquier tipo de organización. Se enfoca en la satisfacción al cliente, promueve la mejora continua y establece una estructura que se basa en procesos.

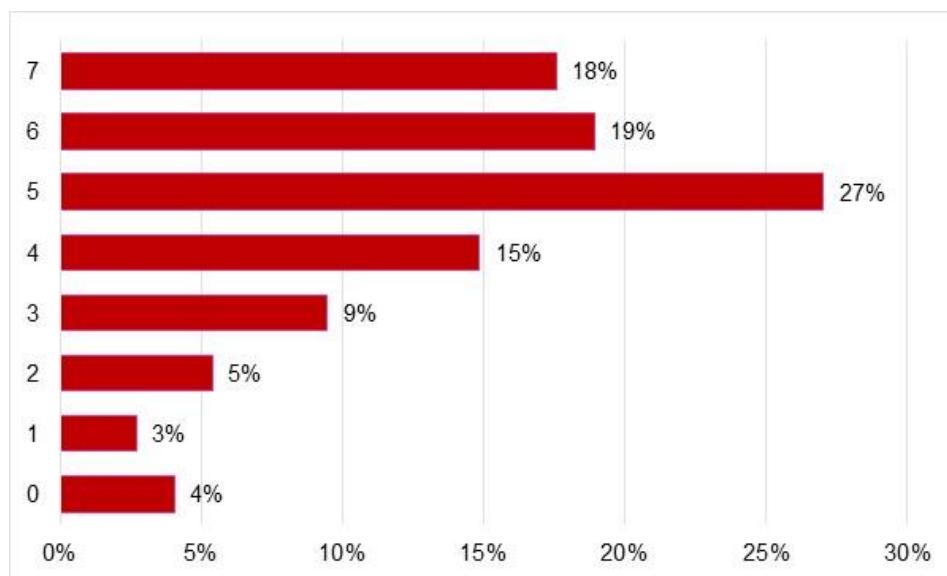
La certificación IATF 16949 sí que se trata de una norma específica del sector automóvil desarrollada por la International Automotive Task Force (IATF), en conjunto con ISO. Se basa en la certificación ISO 9001, pero añade requisitos específicos para la industria automotriz. Algunos de estos requisitos son: análisis de fallos y riesgos, control de productos defectuosos, enfoque en proveedores, etc.

El 74,32% de las empresas analizadas cuentan con certificaciones medioambientales. La más común es la certificación ISO 14001, se trata de una norma internacional donde se establecen los requisitos para un sistema de gestión ambiental. el objetivo principal es ayudar a las organizaciones a gestionar sus responsabilidades ambientales, contribuyendo al desarrollo sostenible. Y, por último, un 72,97% de empresas cuentan con otras certificaciones, como la certificación ISO 45001 de seguridad y salud laboral o la certificación ISO 50001 de excelencia en la gestión de eficiencia energética.

Para completar el análisis, se procedió a hacer un recuento de las variables analizadas (apartado web sostenibilidad; política sostenibilidad; otras políticas; código de conducta; certificación de calidad; certificación medioambiental y otras certificaciones) con las que cuenta cada una de las empresas. La puntuación que obtenga cada entidad indica su nivel de compromiso con las actuaciones consideradas, de tal forma que una empresa se la asigna un valor de 7 si proporciona información de todas las variables (o alcanza un 100%) y un 0 si no cuenta con ninguna.

En el gráfico 6 se refleja el porcentaje de empresa en función de la información que proporciona de las variables relacionadas con políticas y estándares en su página web. Destacar que 20 empresas informan de cinco prácticas y que solamente el 12% de las entidades informa de tres o menos actuaciones. Por lo tanto, se puede indicar que la implicación de las empresas del sector de automoción es aceptable, puesto que 47 de las entidades analizadas difunden cinco o más políticas o estándares vinculados con la sostenibilidad.

Gráfica 6: porcentaje de empresas en función del número de políticas o estándares que comunican



Fuente: elaboración propia

A continuación, se procede a calcular si la Comunidad Autónoma en la que se ubica la entidad influye en la información que difunden, los resultados obtenidos se recogen en la tabla 2.

Tabla 2: promedio de porcentaje sostenible de las empresas por Comunidad Autónoma

Comunidad Autónoma	Promedio de % sostenible
Andalucía	85,71%
Aragón	64,29%
Cantabria	38,10%
Castilla y León	62,86%
Cataluña	74,15%
Comunidad Valenciana	55,36%
Extremadura	71,43%
Galicia	76,79%
La Rioja	64,29%
Madrid	85,71%
Navarra	57,14%
País Vasco	75,00%
Total	67,57%

Fuente: elaboración propia

El promedio general se sitúa en 67,57%, lo que refleja un compromiso moderado a nivel nacional con margen de mejora, especialmente en las regiones con menor puntuación, como es el caso de Cantabria, Comunidad Valenciana o Navarra. Destacan por su nivel de implantación de la sostenibilidad las empresas ubicadas en Andalucía y Madrid. Por lo tanto, se aprecian diferencias en el nivel de implicación de las empresas de la muestra en función de su ubicación geográfica.

El análisis de si la realización de actividad de importación o exportación tiene incidencia en su compromiso con actuaciones de sostenibilidad, los resultados que se muestran en la tabla 3 indican que solamente el reducido porcentaje de empresas de la muestra que no realizan actividad con el exterior son las que menos difunden sus políticas y estándares de sostenibilidad.

Tabla 3: promedio de porcentaje sostenible de las empresas por actividad exportadora-importadora

Importa-exporta	Promedio de % sostenible
Importador	64,29%
Importador / Exportador	68,25%
No realiza actividad exterior	52,38%
Importador	64,29%
Total	67,57%

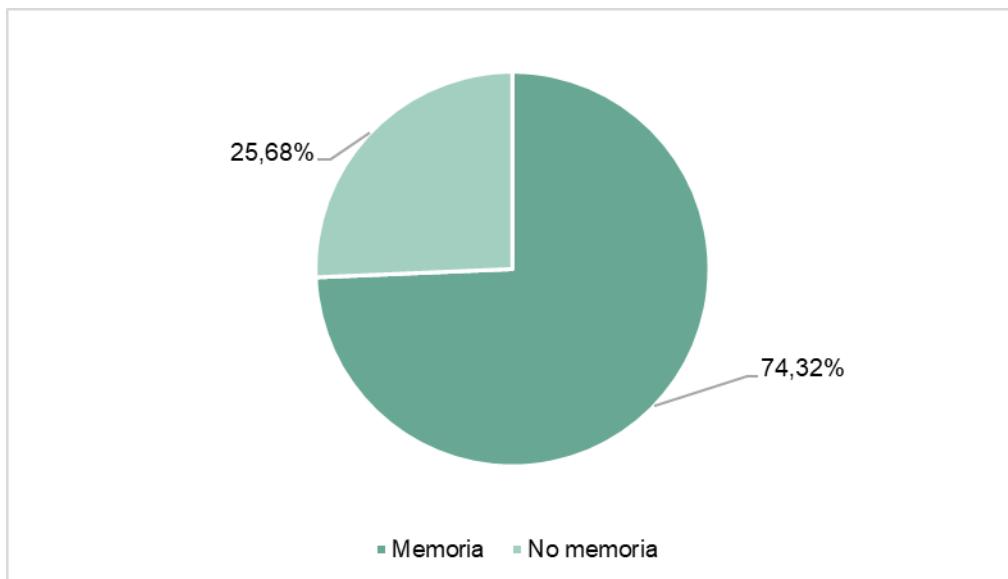
Fuente: elaboración propia

5.3.2 Memorias de sostenibilidad

La mayoría de las empresas analizadas divulgan su memoria de sostenibilidad o EINF en la página web corporativa. En concreto, el 74,32% de empresas presentan memoria, solamente 19 empresas de las 74 de la muestra no la difunden, lo que corresponde al 25,68% restante. La mayoría de las memorias de sostenibilidad son del grupo consolidado, a excepción de dos que son individuales, y pertenecen a las siguientes empresas: Deutz Spain, S.A. (Extremadura) y Dana Automoción, S.A. (Navarra). Las memorias de sostenibilidad suelen elaborarse a nivel de grupo empresarial y no de forma independiente, ya que las empresas de los mismos grupos tienen los mismos

compromisos y estrategias de sostenibilidad. El objetivo es mostrar el compromiso global de la empresa y reforzar la reputación corporativa.

Gráfica 7: porcentaje de empresas que divultan y no divultan memoria de sostenibilidad



Fuente: elaboración propia

También hay que señalar que algunas de los EINF que se comunican no están actualizados, de las 55 empresas que presentan memoria de sostenibilidad:

- 3 empresas tienen su última memoria publicada en el año 2022
- 40 empresas tienen su última memoria publicada en el año 2023
- 12 empresas tienen su última memoria publicada en el año 2024

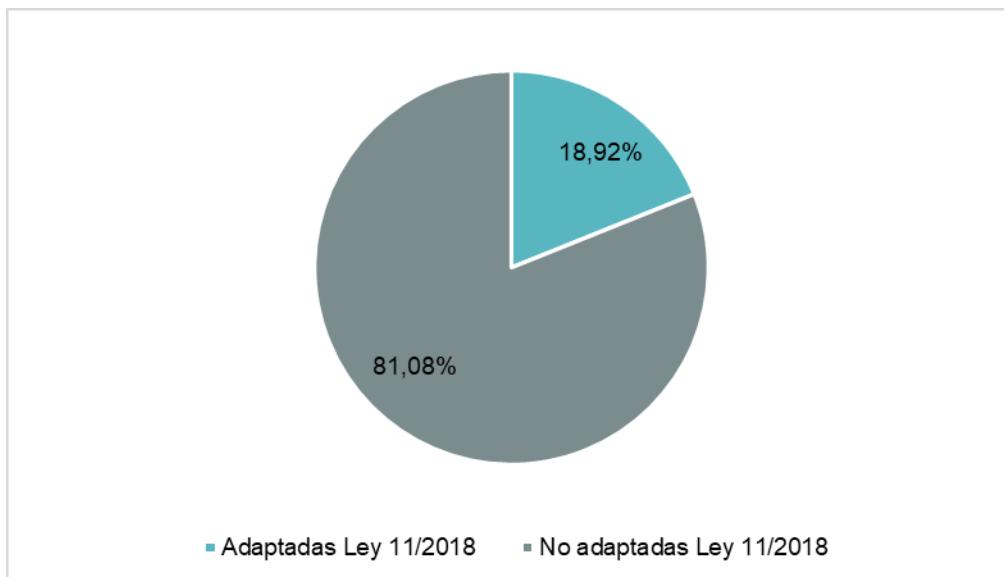
Las empresas cuya memoria es del año 2022 estarían desactualizadas en el presente año 2025, lo cual puede interpretarse como falta de compromiso o cumplimiento. La mayoría de las empresas presentan su última memoria en el año 2023. Como dato importante, se suele publicar la memoria del año anterior durante el primer semestre del año siguiente. Por lo tanto, la memoria del 2025 no estará disponible hasta el 2026 y, de esta forma, las que han presentado su memoria en el año 2024 son las más actualizadas.

En cuanto al estándar utilizado para la elaboración de la memoria, las empresas

que siguen el estándar GRI son 39, es decir, el 52,70% de las empresas. Por otro lado, otras empresas han adoptado otros marcos normativos, como ESRS (European Sustainability Reporting Standards) o SABS (normativa francesa), aunque son la minoría, pues solo se trata de tres empresas. El resto de las empresas no especifican el estándar utilizado en sus memorias.

En el gráfico 7 se muestra el porcentaje de empresas que adaptan el contenido de la memoria a la Ley 11/2018. Solamente el 18,92% de las empresas de la muestra, esto es 14, incluyen han declarado en su memoria estar adaptadas a la Ley 11/2018 y, el resto, 59 empresas, no proporcionan información al respecto en sus memorias de sostenibilidad.

Gráfica 8: porcentaje de empresas que adaptan o no su memoria a la Ley 11/2018



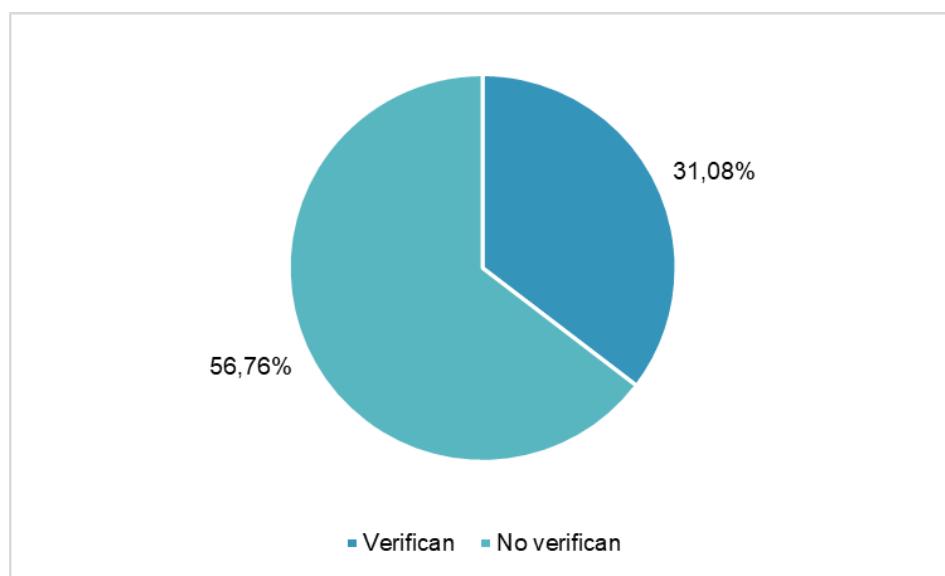
Fuente: elaboración propia

Existe una explicación para las empresas que no se adaptan a la Ley 11/2018. La mayoría de las memorias de sostenibilidad de estas empresas son memorias de grupo, lo que significa que no son solamente de España, por eso no se adaptan a esta ley española.

Otro de los aspectos que se han estudiado es la verificación de las memorias de sostenibilidad, es decir, comprobar si el EINF está acompañado de un informe realizado por un prestador independiente de servicios de verificación que refleje

la adecuación del informe a los estándares establecidos. En el gráfico 9 se representa la proporción de empresas en función de si la memoria de sostenibilidad ha sido verificada o no. Las empresas que incluyen el informe de verificación son únicamente 23, es decir un 31,08%, esto puede estar justificado porque la Directiva 2014 sobre información no financiera no exige la verificación de los EINF. Aunque hay que tener en consideración que en la trasposición de la Directiva a las normativas de algunos países sí que se ha incluido su verificación, como es el caso de la normativa española que la Ley 11/2018 indica que los EINF deben estar verificados.

Gráfica 9: porcentaje de empresas que verifican o no su memoria de sostenibilidad



Fuente: elaboración propia

A partir de los datos proporcionados se puede interpretar en lo siguiente:

- 23 empresas (31,08%) han optado por verificar su memoria.
- 51 empresas (56,76%) no verifican su memoria o no proporcionan información sobre si su memoria ha sido verificada externamente.

Una vez más, aunque haya un reparto relativamente equilibrado entre las tres categorías, existe un margen considerable de mejora en lo que respecta a una

comunicación clara y completa. Puesto que la verificación ofrece una mayor confianza a los stakeholders del contenido de la información que contiene el EINF.

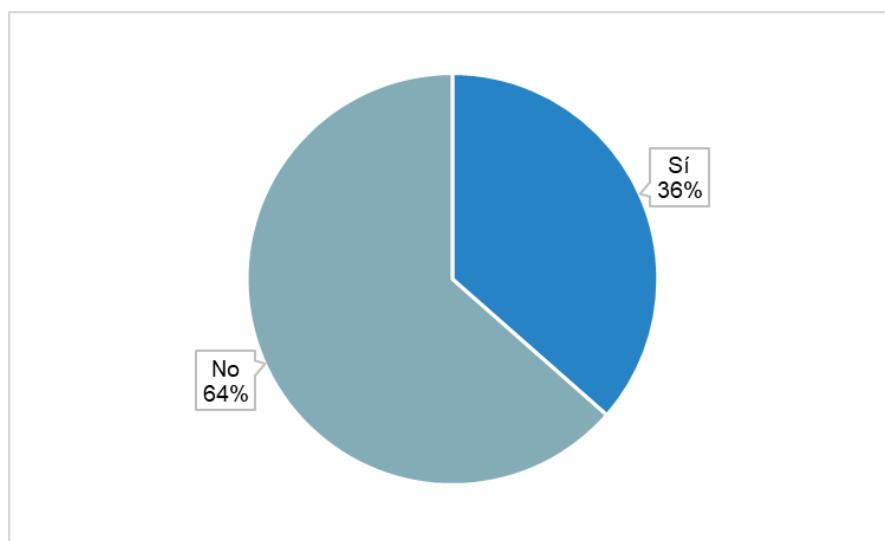
5.3.3 Contribución de las empresas del automóvil a los ODS

En este apartado se analiza la adhesión de las empresas al Pacto Mundial, así como su contribución a los ODS, ya que ambos temas están relacionados con la estrategia global de la ONU.

La metodología seguida para obtener información de estas acciones ha consistido en revisar las memorias de sostenibilidad de las empresas de la muestra.

Para el Pacto Mundial se ha marcado con un “Sí” las empresas que están adheridas al mismo y con un “No” las que no lo están, obteniéndose los siguientes resultados que se muestran en el gráfico 10. Hay que señalar que adicionalmente, en aquellas empresas que no incluían información sobre su adhesión, se ha consultado la página web de la Red Española del Pacto Mundial para comprobar si estas entidades figuran como participantes.

Gráfica 10: porcentaje de empresas adheridas o no al Pacto Mundial de la ONU



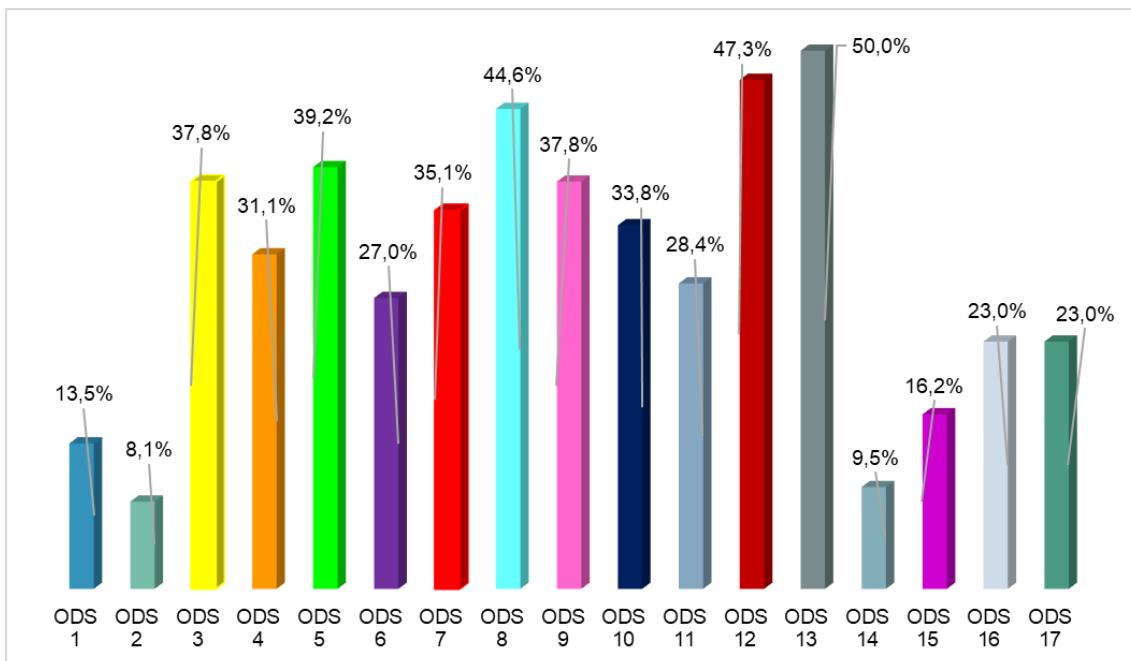
Fuente: elaboración propia

Respecto a la adhesión de las entidades al Pacto Mundial, solamente un 36% de las empresas del sector automovilístico están integrando los diez principios sobre medioambiente, derechos humanos, normas laborales y anticorrupción en su gestión.

Para realizar el estudio de la implicación de las empresas del sector automovilístico a los ODS, se ha procedido a asignar un valor a las actuaciones relacionadas con los ODS que comunican en sus páginas web o EINF de la siguiente forma: se asigna el valor “1” cuando contribuye a un ODS y 0 cuando no se hace referencia al ODS. La variable que refleja las actuaciones de ODS va a tomar valores entre 0 y 17, de tal forma que si tiene el valor de 5 la entidad está contribuyendo a 5 de los 17 ODS.

En el gráfico 9 se representa el porcentaje de empresas de la muestra que realizan actuaciones en cada uno de los ODS, lo que permite identificar qué ODS qué cuestiones de sostenibilidad son prioritarias para el sector de la automoción.

Gráfica 11: porcentaje de empresas que informan sobre cada uno de los ODS en sus memorias



Fuente: elaboración propia

Los ODS más divulgados y, por lo tanto, aquellos que recogen las actuaciones que más realizan las empresas, así la mitad o casi la mitad de las empresas difunden prácticas vinculadas con el ODS 13 (acción por el clima) y el ODS 12 (producción y consumo responsables), lo que refleja una fuerte orientación hacia temas medioambientales. La mayoría de las empresas del sector están tratando de reducir su huella ecológica. Asimismo, hay que señalar las actuaciones relacionadas con el ODS 8 (trabajo decente y crecimiento económico), el ODS 5 (igualdad de género), el ODS 3 (salud y bienestar) y el ODS 9 (industria, innovación e infraestructuras), en los que se destacan cuestiones relacionadas con cuestiones laborales y de recursos humanos.

Por otro lado, las empresas del sector del automóvil realizan pocas actuaciones vinculadas con los ODS 2 (hambre cero), ODS 1 (fin de la pobreza) y ODS 14 (vida submarina), al tratarse de objetivos afines a cuestiones macroeconómicas que no están relacionadas directamente con la actividad que realizan.

Además de analizar la contribución global de las sociedades al conjunto de ODS se examina también cual es la aportación de estas organizaciones a cada una de las tres dimensiones en las que se agrupan los ODS: social, económica y medioambiental. Estas tres dimensiones contienen los ODS que se presentan en la figura 2.

El valor que se puede asignar a cada una de las dimensiones es el siguiente:

- La dimensión económica incluye los ODS 8,9,10,12 Y 17, por lo tanto, su valor puede variar entre 0 y 5, dependiendo de cuántos de estos objetivos estén reflejados en las memorias de sostenibilidad.
- La dimensión social abarca los ODS 1, 2, 3, 4, 5, 7, 11 y 16, y puede tener un valor entre 0 y 8, bajo el mismo criterio.
- La dimensión medioambiental está compuesta por los ODS 6, 13 y 14 y 15, por lo que puede alcanzar un valor entre 0 y 4.

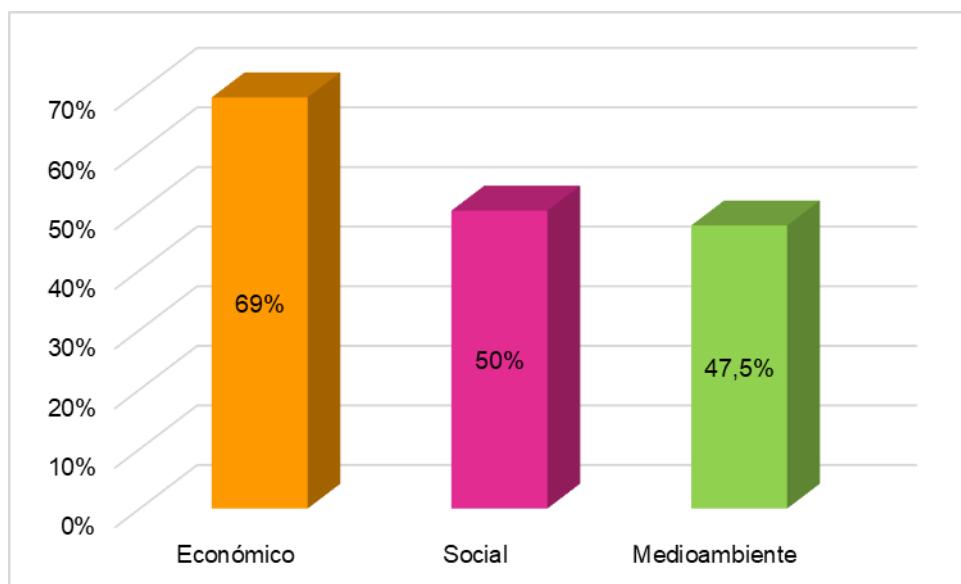
Figura 2: las tres dimensiones de los ODS



Fuente: Naciones Unidas

Se han calculado los porcentajes correspondientes al número de actuaciones que las 74 empresas llevan a cabo en cada uno de los tres ámbitos: económico, social y medioambiental. Al considerar solamente las entidades que realizan aportaciones a los ODS, que serían 40 (el 54,1% del total de las empresas), se obtienen los resultados que se representan en la gráfica 10. En una primera aproximación hay que señalar que la mayoría de las empresas de la muestra realizan entre 4 y 5 actuaciones en el ámbito económico, 5 en el ámbito social y entre 1 y 2 en el medioambiental. Hay un total de 34 empresas que realizan 0 actuaciones en los ámbitos económico, social y medioambiental.

Gráfica 12: porcentaje de actuaciones que realizan las empresas en el ámbito económico, social y medioambiental de los ODS.

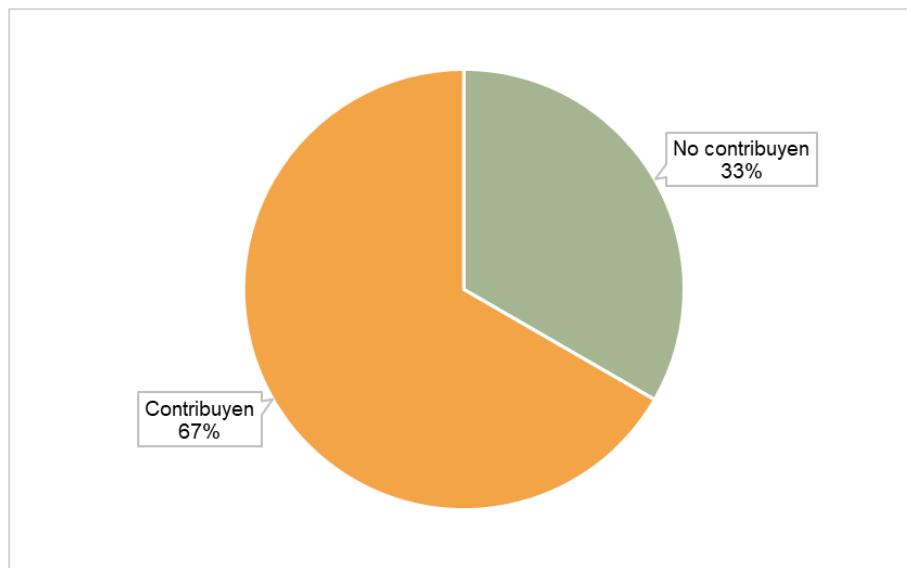


Fuente: elaboración propia

Como se muestra en el gráfico 10 las empresas realizan un porcentaje mayor de actuaciones vinculadas a los ODS de ámbito económico, alcanzando un 69%. Por el contrario, el porcentaje de actuaciones de los ODS vinculados con las cuestiones medioambientales es el más bajo. Esto significa que las actuaciones medioambientales tienen menos repercusión en las empresas del sector de la automoción. En un mundo encaminado hacia el desarrollo sostenible se debe cambiar esta tendencia, como se ha explicado en el trabajo, los coches eléctricos están en auge, por lo que es de suponer que las prácticas medioambientales tendrán una mayor tendencia creciente en los próximos años.

Para finalizar, se comprueba si las empresas adheridas al Pacto Mundial están contribuyendo a los ODS. De las 27 empresas (36%) adheridas al Pacto Mundial, solamente 9 no contribuyen a los ODS, como se muestra en el gráfico 13. Esto significa que la mayoría de las empresas que forman parte del Pacto Mundial están alineando sus actividades a los ODS, lo que es un indicador positivo, ya que indica que no solo están comprometidas con los diez principios éticos y sostenibles.

Gráfica 13: porcentaje de empresas adheridas al Pacto Mundial que contribuyen a los ODS



Fuente: elaboración propia

5.3.4 Puntuaciones ESG

A medida que aumenta la conciencia sobre la importancia de los factores ESG, también se va incrementando la demanda de nuevos datos e información ESG que deben conocer todos los stakeholders de una entidad. Las calificaciones de riesgo ESG de *Morningstar Sustainalytics* se basan en evaluar la exposición de una empresa al riesgo y cómo gestiona esos riesgos, lo que da como resultado una puntuación que indica el nivel de riesgo ESG general de la empresa.

El rating de riesgo ESG de una empresa se sitúa en una escala que va de “Bajo” a “Alto”, las puntuaciones más bajas indican un menor riesgo ESG; mientras que una puntuación de 40 o más es un indicador de riesgo de ESG grave, que se mantiene incluso después de tener en cuenta los esfuerzos de gestión de la empresa. La distribución de las calificaciones de riesgo ESG a nivel empresas es la siguiente:

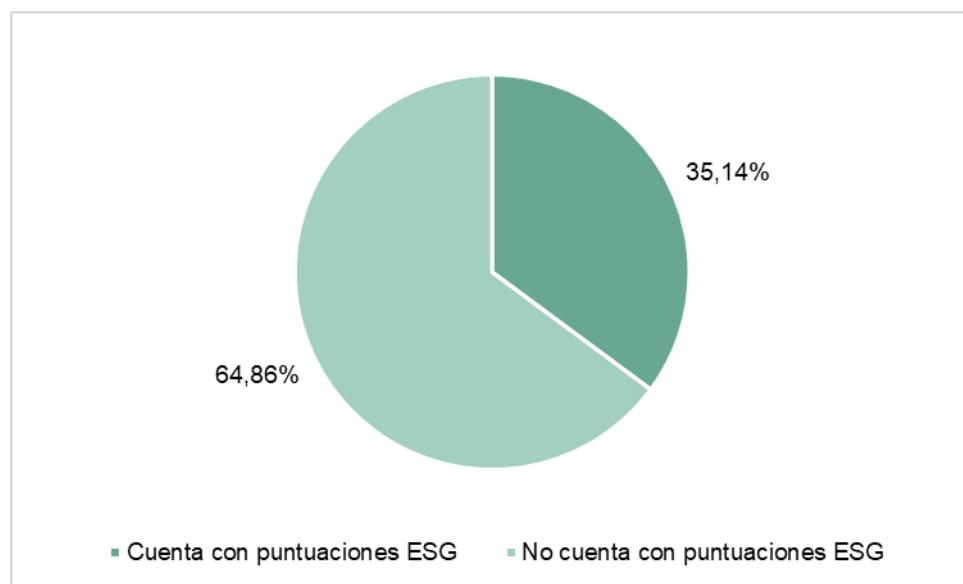
- 0-10 Despreciable
- 10-20 Bajo
- 20-30 Medio

- 30-40 Alto
- + 40 Severo

A continuación, se analizan las puntuaciones ESG de las 74 empresas de la muestra, relacionándolas con las políticas adoptadas y con su contribución a los ODS.

Como se refleja en el gráfico 14, solamente en 26 empresas de la muestra se proporciona información de la calificación al riesgo ESG de *Morningstar Sustainalytics*, por lo que prácticamente el 65% de las empresas no son consideradas por esta entidad como significativas a nivel mundial para realizar este tipo de valoración.

Gráfica 14: porcentaje de empresas que cuentan o no con puntuaciones ESG



Fuente: elaboración propia

A continuación, se calcula el promedio de actuaciones vinculadas con los ODS en función de si son o no calificadas por *Morningstar Sustainalytics* y aquellas que son evaluadas según su clasificación.

Tabla 3: puntuaciones ESG relacionadas con el promedio de actuaciones ODS

Clasificación	Promedio de actuaciones	TOTAL de empresas
Bajo	5,64	11
Despreciable	10,5	2
Medio	6,62	13
No informa	4,27	48
Total general	5,05	74

Fuente: elaboración propia

Se observa que hay un total de 13 empresas con un promedio de 6,62 actuaciones que contribuye especialmente a ODS asociados con una puntuación media. Mientras que en las empresas calificadas con riesgo bajo la implicación promedia con los ODS es un punto inferior. Aunque solamente hay dos empresas con una clasificación al riesgo ESG despreciable alcanzan un valor promedio de actuaciones ODS mucho mayor, lo que sería indicativo que las entidades que están realizando una buena gestión del riesgo ESG son las que más implicadas están en la consecución de los ODS. También hay que señalar que aquellas empresas que no figuran calificadas por Morningstar Sustainalytics alcanzan un promedio de actuaciones en ODS inferior a las que han sido valoradas. Esto puede ser debido a que las empresas que son consideradas por la agencia para valorar el riesgo ESG son las que tienen más visibilidad a nivel internacional y, por lo general, las que más integrada tienen en su estrategia las cuestiones vinculadas con la sostenibilidad o RSC.

Si se consideran las calificaciones al riesgo ESG con la valoración obtenida por las empresas relacionada con las políticas y estándares de sostenibilidad, los resultados obtenidos en una primera comparación entre las agrupaciones: empresas calificadas y no calificadas por la agencia Morningstar Sustainalytics se recogen en la tabla 4.

Tabla 4: promedio de sostenibilidad de las empresas en función de si son o no calificadas riesgo ESG

	Promedio de puntos	Promedio de porcentaje
No valorada	4,56	0,65
Valorada	5,04	0,72
Total general	4,73	0,68

Fuente: elaboración propia

Las entidades a las que han valorado el riesgo ESG alcanzan un mayor valor en la puntuación obtenida al considerar su difusión de políticas y estándares de sostenibilidad, es decir, tienen un mayor compromiso por las cuestiones de ESG que las que no han sido calificadas. Estos resultados son coincidentes con los obtenidos en el análisis de la contribución a los ODS. Más exposición a terceros implica un mayor compromiso sostenible.

Dentro de las empresas que sí han sido calificadas al riesgo ESG, los promedios de la puntuación obtenida en el apartado políticas y estándares de sostenibilidad para cada uno de los niveles se muestra en la tabla 5. Se puede apreciar que cuanto menor es la calificación de riesgo ESG más valoración promedia se obtiene en la medida de la sostenibilidad, es decir, la implicación de las empresas en integrar las políticas y obtener estándares de sostenibilidad hacen que mejore la gestión de estas actuaciones en las empresas automovilísticas.

Tabla 5: promedio de sostenibilidad de las empresas en función de su calificación al riesgo ESG

Calificación	Promedio de puntos	Promedio de porcentaje
Bajo	5,64	0,81
Despreciable	7,00	1
Medio	4,23	0,60
No informa	4,56	0,65
Total general	4,73	0,68

Fuente: elaboración propia

6. CONCLUSIONES

El objetivo de este estudio es analizar el grado de compromiso con la sostenibilidad en la industria de la automoción española, a partir de una muestra de 74 empresas. El sector de la automoción en España está avanzando hacia la sostenibilidad, pero lo hace de manera desigual y a diferentes velocidades. Algunas empresas están bastante implicadas y comunican bien sus valores y estrategias, pero otras siguen lejos de incorporar la sostenibilidad de forma real en su día a día.

Las empresas que están más internacionalizadas o que forman parte de grandes grupos suelen tener una estrategia más clara y avanzada en sostenibilidad, seguramente porque están más expuestas a la presión de clientes, inversores o regulaciones de otros países. En cambio, las empresas que operan sobre todo a nivel nacional suelen mostrar un menor grado de compromiso. Las compañías con mayor exposición internacional (grupo multinacional, exportadoras) presentan índices más altos de integración de políticas verdes y sociales. Esto indica que la presión regulatoria y de mercados exteriores fomenta un compromiso real, mientras que las entidades de menor dimensión o de entrada en el mercado nacional reflejan un avance más lento. En este sentido, una implicación práctica es reforzar las sinergias entre grandes grupos y proveedores locales, de modo que la difusión de buenas prácticas en sostenibilidad no dependa únicamente de la escala global de la empresa.

Los resultados obtenidos muestran que la sostenibilidad no está integrada por igual en todas las áreas de la empresa. Mientras que hay avances en temas ambientales como reducción de emisiones o uso de energías limpias, todavía falta mucho por hacer en temas sociales o de derechos humanos. También existe una tendencia a centrarse en los ODS, que resultan más “visibles” o fáciles de medir, dejando a otros fuera como los de carácter social, ético o global, que tienen menor presencia. Este sesgo revela una visión de la sostenibilidad centrada en el riesgo, reputación o cumplimiento normativo, más que en el

potencial de la RSE para generar un impacto social positivo. La baja adherencia al Pacto Mundial de la ONU y la limitada calificación ESG refuerzan esta conclusión.

Este comportamiento selectivo coincide con el hecho de que las empresas realizan más iniciativas vinculadas a la dimensión económica de la sostenibilidad que a la medioambiental. Este resultado, en apariencia contradictorio para un sector de alto impacto ambiental, se da porque aún no se ha logrado una estrategia integral: la industria reduce emisiones y promueve electrificación, pero por ahora enfoca sus recursos en áreas consideradas “cercanas” a su actividad principal, es decir, a aspectos económicos o de eficiencia operativa (reducir costes, optimizar procesos o mejorar la productividad).

Se evidencia, además, una brecha entre la comunicación pública y la acción verificable. Un elevado porcentaje de empresas publica información sobre sostenibilidad, pero solo un 31% verifica externamente sus informes de sostenibilidad. Esta falta de certificación independiente reduce la confianza de los grupos de interés en los datos divulgados, lo que contradice el objetivo mismo de transparencia. Por tanto, más allá de difundir datos, las empresas tienen que fortalecer los mecanismos de control y fomentar la verificación externa de sus memorias para respaldar la credibilidad de sus informes ante los inversores y ante la sociedad.

Aun así, existe una fuerte correlación entre visibilidad internacional y compromiso sostenible. Las empresas calificadas por agencias ESG obtuvieron mejores índices de sostenibilidad que las no calificadas, lo que sugiere que mayor exposición a inversores externos o regulaciones (por su tamaño o presencia global) trae consigo un desempeño más sólido en RSE. Sin embargo, esto tampoco garantiza por sí solo la excelencia en sostenibilidad. Muchos de estos actores globales aún incumplen requisitos básicos internos, como la verificación de informes. Por lo tanto, el reto radica en consolidar una cultura de sostenibilidad que trascienda la pertenencia a grandes grupos empresariales. Las empresas

medianas y pequeñas deben ver la sostenibilidad como una prioridad estratégica, no solo como un simple requisito de imagen. De igual forma, regiones con una fuerte presencia automotriz y cultura industrial pueden estar mejor preparadas para adoptar estas normativas, mientras que áreas con menor peso en el sector (Andalucía o Extremadura) podrían requerir incentivos específicos para elevar sus estándares de RSE.

Se confirma que la sostenibilidad todavía no es una prioridad clara y transversal para muchas compañías, más allá de tener documentos o sellos, lo importante es que estas acciones se integren realmente en la forma en que la empresa toma de decisiones, diseña sus productos o gestiona sus equipos. Este estudio demuestra que el sector va en la dirección correcta, pero que aún tiene mucho margen de mejora. Apostar por una sostenibilidad real y bien comunicada es una oportunidad para innovar, diferenciarse y responder mejor a las nuevas expectativas de la sociedad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agencia Europea de Medioambiente. (2024). *Datos sobre sostenibilidad y vehículos eléctricos.*

Agencia Europea de Medioambiente. (2024). *Vehículos electricos.*

Amillano, D. L., Toribio, L. A., & Pérez, M. S. (2014). *Responsabilidad social corporativa y gestión ambiental en las empresas del sector del automóvil.* Madrid: Volumen XII.

ANFAC. (2020). *Automoción 2020-40. Liderando la movilidad sostenible.* Madrid, ANFAC y KMPG Asesores, S.L.

ANFAC. (2024). *Informe Anual.* Obtenido de <https://anfac.com/publicaciones/informe-anual-de-vehiculo-electrificado-2024/>

Boletín Oficial del Estado, n. 3. (29 de diciembre de 2018). Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Audi. España: BOE-A-2018-17989.

Calpena, R. M. (Junio de 2009). Cultura Corporativa : Misión, Visión y Valores en la Gestión Estratégica de las empresas del sector de la Automoción en España. *Tesis doctoral.* Barcelona.

Candil-Gonzalo, J. (2010). Peculiaridades de la industria española de automoción y planes de actuación del gobierno relacionados con el sector. *Economía Industrial*, 13-20.

Castaño-Ramírez, A., & Arias-Sánchez, S. (2021). Efecto de la responsabilidad social corporativa en la reputación de las organizaciones: una revisión sistemática. *Revista Universidad y Empresa*, 23(40), 122-146.

Comisión Europea. (2001). *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas.*

Comisión Europea. (2023). *Legislación sobre emisiones y vehículos sin combustibles fósiles.*

Díaz, S. (29 de Noviembre de 2024). *El sector de automoción en España: el reto de mantener la competitividad en el nuevo ecosistema global.* Obtenido de CaixaBank Research: <https://www.caixabankresearch.com/es/analisis-sectorial/observatorio-sectorial/sector-automocion-espana-reto-mantener-competitividad>

do Prado, V., Fabry, E., González Laya, A., Köhler-Suzuki, N., P, L., & Praetorius, S. (2025). *“El camino hacia una nueva estrategia europea de automoción: opciones de política comercial e industrial”.* Instituto Jacques Delors: Informe n.º 129.

Duarte, F. (2015). Responsabilidad social empresarial. *Revista Lidera*, 41-45.

ICAC, I. d. (2018). *Guía sobre información no financiera.* Ministerio de asuntos económicos y transformación digital.

ICEX. (2024). Memoria Anual ICEX 2023.

Marín García, S. (2018). La responsabilidad social en la cultura corporativa. *Cuadernos de la Cátedra CaixaBank de Responsabilidad Social*, 38. IESE Business School, University of Navarra.

Mármol, J. (2018). *Responsabilidad Social y Sostenibilidad.*

Martínez, E. (2009). *La dirección de la empresa responsable: Guía de implementación y buenas prácticas en Castilla-La Mancha.* En F. Guadamillas, J. Santos & N. Espinosa (Coords.): Lozano Artes Gráficas.

McKinsey & Company. (2025). Industria automovilística europea: qué se necesita

para recuperar la competitividad.

Naciones Unidas. (s.f.). *Naciones Unidas – Objetivos de Desarrollo Sostenible*.

Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/>

Nieto, P. (2005). La Responsabilidad Social Corporativa en el Sector del Automóvil: Situación general y algunos casos ilustrativos.

Quijano, C. G., & Pérez, J. E. (2018). Una aplicación del marco de las Cinco Fuerzas de Porter al grupo BMW. *3C Tecnología: Glosas de innovación aplicadas a la pyme*, 7(2), 10-27.

Scade, J. (2012). *Wikilibro. Responsabilidad social y Sostenibilidad empresarial*.

ANEXO I. Listado de empresas de la muestra

EMPRESA	COMUNIDAD AUTÓNOMA	DIRECCIÓN WEB
STELLANTIS ESPAÑA SOCIEDAD LIMITADA.	Galicia	www.opel.es
SEAT SAU	Cataluña	www.seat.es
FORD ESPAÑA SL	Comunidad Valenciana	www.ford.es
RENAULT ESPAÑA SA	Castilla y León	www.renault.es
VOLKSWAGEN NAVARRA SA	Navarra	www.vw-navarra.es
IVECO ESPAÑA SL	Madrid	www.iveco.com
HORSE POWERTRAIN SPAIN SL.	Castilla y León	www.horse.cars/es
VALEO ESPAÑA SAU	Andalucía	www.valeo.com
NISSAN MOTOR IBERICA SA	Cataluña	www.nissan.es
BENTELER MPPV AUTOMOTIVE	Castilla y León	www.benteler.com
MANUFACTURING ESPAÑA SLU	Comunidad Valenciana	www.plasticomnium.fr
PLASTIC OMNIUM EQUIPAMIENTOS EXTERIORES SAU		
ADIENT SEATING SPAIN SL.	Aragón	www.adient.com
DALPHI METAL ESPAÑA SLU	Galicia	www.zf.com
DAIMLER BUSES ESPAÑA, S.A.	Cantabria	www.mercedes-benz-bus.com
FAGOR EDERLAN S.COOP.	País Vasco	www.fagoredelan.com
SEG AUTOMOTIVE SPAIN SAU	Cantabria	www(seg-automotive.com
BORGWARNER EMISSIONS SYSTEMS SPAIN SL	Galicia	www.borgwarner.com
DENSO BARCELONA SA	Cataluña	www.denso.com/es
LECITRAILER SA	Aragón	https://lecitrailler.es/es
GESTAMP NAVARRA SA	Navarra	www.gESTAMP.com
MAHLE BEHR SPAIN S.A.U.	Cataluña	www.mahle.com
BENTELER AUTOMOTIVE VIGO SLU	Galicia	www.benteler.com
MAHLE ELECTRONICS SLU	Castilla-La Mancha	www.mahle.com
FAURECIA AUTOMOTIVE ESPAÑA SA	Madrid	www.faurecia.com
ZF AFTERMARKET IBERICA SL	Navarra	www.zf.com
LEAR EUROPEAN HOLDING SLU	Cataluña	www.lear.com
ROBERT BOSCH ESPAÑA FABRICA MADRID SA	Madrid	www.robert-bosch-espana.es
AUTOLIV BKI SA	Comunidad Valenciana	www.autoliv.com
ADIENT AUTOMOTIVE SL.	Aragón	www.adient.com
IRIZAR S.COOP.	País Vasco	www.irizar.com
GKN DRIVELINE VIGO SA	Galicia	www.gknavtomotive.com
VALEO TERMICO SAU	Aragón	www.valeo.com
DENSO SISTEMAS TERMICOS ESPAÑA SA	Galicia	www.denso.com/es
SNOP ESTAMPACION SA	Cataluña	www.snop.eu
BENTELER ESPAÑA SAU.	Castilla y León	www.benteler.com
TENNECO AUTOMOTIVE IBERICA S.A.	País Vasco	www.tenneco.com
TECNOCONFORT SA	Navarra	www.faurecia.com
MANN-HUMMEL IBERICA SA	Aragón	www.mann-hummel.com
GESTAMP VIGO SA	Galicia	www.gESTAMP.com
GESTAMP SERVICIOS SA	Madrid	www.gESTAMP.com
SCHMITZ CARGOBULL IBERICA SA	Aragón	www.cargobull.com
GESTAMP PALENCIA SA	Castilla y León	www.gESTAMP.com
DEUTZ SPAIN S.A.	Extremadura	www.deutz.es
KYB SUSPENSIONS EUROPE SA	Navarra	www.kyb-europe.com/kyb-spain
DANA AUTOMOCION SA	Navarra	www.dana.com
IRIZAR E-MOBILITY SL.	País Vasco	www.irizar.com
GKN DRIVELINE ZUMAIA SA	País Vasco	www.gkn.com
ROS ROCA SAU	Cataluña	www.rosroca.es
GESTAMP METALBAGES SA.	Cataluña	www.gESTAMP.com
MOTHERSON SAS AUTOMOTIVE SERVICES SPAIN SA.	Cataluña	https://www.motherson.com/
HITACHI ASTEMO BUELNA SOCIEDAD LIMITADA.	Cantabria	www.hitachiastemo.com
EDSCHA SANTANDER SA	Castilla y León	www.edscha.com
GESTAMP LEVANTE SA	Comunidad Valenciana	www.gESTAMP.com

MERIT AUTOMOTIVE ELECTRONICS SYSTEMS SLU	Cataluña	www.merit-automotive.com
ASIENTOS DE GALICIA SL	Galicia	www.faurecia.com
LEAR CORPORATION ASIENTOS SOCIEDAD LIMITADA	Aragón	www.lear.com
ROBERT BOSCH ESPAÑA FABRICA ARANJUEZ S.A.U.	Madrid	www.grupo-bosch.es
FAURECIA EMISSIONS CONTROL TECHNOLOGIES PAMPLONA SL	Navarra	www.forvia.com
GEDIA ESPAÑA SL	Cataluña	www.gedia.com
AKWEL VIGO SPAIN SL.	Galicia	www.ceaga.com
SMRC AUTOMOTIVE INTERIORS SPAIN SL	Cataluña	www.smrc-automotive.com
SMR AUTOMOTIVE SYSTEMS SPAIN S.A. U	Aragón	www.smr-automotive.com
LEAR CORPORATION ARA SL	Castilla y León	www.lear.com
GESTAMP TOLEDO SA	Castilla-La Mancha	www.gstamp.com
AUSA CENTER SL	Cataluña	www.ausa.com
STANDARD PROFIL SPAIN SA	La Rioja	www.standardprofil.com
MAGNA SEATING VIGO, S.A.U.	Galicia	www.magna.com
NOVARES IBERICA AUTOMOTIVE S.A.U.	Cataluña	www.novaresteam.com
GRUPO ANTOLIN-ARAGUSA SA	Castilla y León	www.grupoantolin.com
HUF ESPAÑA SOCIEDAD ANONIMA	Castilla y León	www.huf-group.com
DOGA SA	Cataluña	www.doga.es
MANUFACTURAS DE ALUMINIO PAMPLONA SECTOR AUTOMOCION SCL	Navarra	www.mapsa.net
SOR IBERICA SOCIEDAD ANONIMA	Comunidad Valenciana	www.soriberica.com
TI GROUP AUTOMOTIVE SYSTEMS SA	Cataluña	https://tifluidsystesms.com/
VIBRACOUSTIC SPAIN SAU	Cataluña	www.vibracoustic.com
TRW AUTOMOTIVE ESPAÑA SLU	Navarra	www.zf.com
INTERNATIONAL AUTOMOTIVE COMPONENTS GROUP SL	La Rioja	www.iacgroup.com
KAMAX SLU	Comunidad Valenciana	www.kamax.com
J JUAN SAU	Cataluña	https://jjuan.com/
P. M. G. POLMETASA S.A.	País Vasco	www.pmginter.com
GRUPO ANTOLIN-RYA SA	Castilla y León	www.antolin.com
AUTONEUM SPAIN SA	Cataluña	www.autoneum.com
ELRING KLINGER SOCIEDAD ANONIMA	Cataluña	www.elringklinger.es
PROMA HISPANIA SA	Aragón	www.promagroup.com
COOPER-STANDARD AUTOMOTIVE ESPAÑA SL	Aragón	www.cooperstandard.com
VALENCIA MODULOS DE PUERTA SL	Madrid	www.faurecia.com
TENNECO CLEAN AIR SPAIN SOCIEDAD LIMITADA.	Comunidad Valenciana	www.tenneco.com
YANFENG INTERNATIONAL AUTOMOTIVE TECHNOLOGY SPAIN SL.	Comunidad Valenciana	www.yanfeng.com
DISTRIBUIDORA INTERNACIONAL CARMEN SA	Aragón	www.dicsaes.com
FAURECIA INTERIOR SYSTEMS SALC ESPAÑA SL	Comunidad Valenciana	www.forvia.com
INSONORIZANTES PELZER SA	Aragón	https://www.grupoadpel.es/
MASATS SA	Cataluña	www.masats.es
ICER BRAKES SA	Navarra	www.icerbrakes.com
INDUSTRIAS TEIXIDO S.A.U.	Cataluña	www.iteixido.com
KDK-DONGKOOK AUTOMOTIVE SPAIN SA	Aragón	www.kdkautomotive.com
CARROCERA CASTROSUA SA	Galicia	www.castrosua.com
BOSCH SISTEMAS DE FRENO SL	Madrid	www.bosch.com
MOTHERSON SAS BARCELONA S.L.	Cataluña	www.motherson.com
URBANO BERNABE MANUFACTURING SOCIEDAD LIMITADA.	Aragón	www.grupoub.com
TALENTO Y EXPERIENCIA SOCIEDAD LIMITADA	Comunidad Valenciana	www.talentoyexperiencia.com
ILUNION SERVICIOS INDUSTRIALES ARAGON S.L.	Aragón	www.ilunion.com
CATEDIER SOCIEDAD LIMITADA.	Comunidad Valenciana	https://www.catedier.com/