









































































































































una política de Patrocinios y Donaciones, así como Alianzas estratégicas siempre que dichas entidades cumplan con los estándares éticos y valores de Grupo Daimler. Según el Informe No Financiero de Mercedes Benz España (2018, p. 67), algunos de los patrocinios emblemáticos son a obras de teatro como: El verdugo, El precio, Macbeth, Un Picasso, Visitando al Sr. Green, Fedra, El Principito, Sonata de otoño, Frankenstein, El crédito, Ser o no ser, etc., todas ellas con actores de reconocido prestigio en la escena nacional. En 2018 Mercedes-Benz España inició el patrocinio de las obras TIZA y Perfectos Desconocidos

Como se ha visto, para Mercedes Benz España, todos sus grupos de interés son importantes, pero refleja una gran dedicación específicamente a sus empleados, a los que les brindan políticas laborales integrales y flexibles.

Tabla 10. Iniciativas sociales de Mercedes Benz España con sus grupos de interés.

<b>EMPLEADOS</b>	
<b>ACCIÓN</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Aplicación E personet	Solución tecnológica para que los empleados gestionen sus incidencias y gestionen sus tiempos adecuadamente.
Política corporativa de Gestión de la diversidad	Promueve el respeto y la integración de todas las personas a través de campañas de sensibilización para directivos y programas de desarrollo y rotaciones e intercambios internacionales
Plan de igualdad de genero	Programas de tutoría para mujeres que se traducen en asesoramiento a directoras o programas de desarrollo para candidatas potenciales; visitas a centros de formación continua y

	universidades para incentivar en las mujeres la vocación profesional; asesoramiento sobre flexibilidad laboral
Protocolo de Acoso y por razón de sexo	Previene y busca erradicar la discriminación laboral por razón de sexo
Otros beneficios	Ayuda de estudios; fomento de idiomas; premios por antigüedad; prestamos de vivienda; seguros de accidente; guarderías infantiles, etc.
<b>UNIVERSIDADES Y CENTROS DE FORMACIÓN PROFESIONAL</b>	
Programa Aprendices/ Becarios	Promueve la capacitación profesional, ofreciendo a los alumnos que han cursado una Formación Profesional en ramas técnicas y que han obtenido los mejores expedientes académicos, la incorporación directa a la empresa tras un período de prácticas en la planta de Vitoria o en otras plantas del Grupo Daimler.
<b>PROVEEDORES</b>	
Estándares de sostenibilidad del proveedor de Daimler.	Estos estándares se basan en los principios de RSC de Daimler y en los estándares mínimos establecidos por la OIT que vigilan horarios, salarios beneficios que se dan a los proveedores, prevención de trabajo infantil, elección libre del empleo, etc.
<b>ADMINISTRACIONES, ASOCIACIONES, ORGANIZACIONES</b>	
Diálogo con Administraciones,	Intercambios de información para

asociaciones, organizaciones y demás agentes sociales	contribuir en un mejor desarrollo social principalmente sobre temas de movilidad sostenible, la digitalización de procesos organizativos y productivos de empresas colaboradoras, etc.
---	--

Fuente. Elaboración propia a partir de Mercedes Benz (2018).

#### 5.3.4 Actuaciones éticas y filantrópicas

Mercedes Benz España, cuenta con una política de Patrocinios y Donaciones que prevé solo hacer donaciones a organizaciones que sean caritativas y sin ánimo de lucro acorde a leyes locales. Cada vez que se realiza una donación la organización debe brindar una confirmación por escrito. Algunos de los patrocinios y donaciones que reporta el Informe No Financiero de Mercedes Benz España (2018, p.67) son:

“Apoyo a las artes escénicas patrocinando obras teatrales: El precio, Macbeth, Un Picasso, Visitando al Sr. Green, El Principito, de reconocido prestigio en la escena nacional

Apoyo al Festival de Peralada, festival de ballet, opera, sinfónica, jazz y pop en Cataluña

Patrocinio a Premios Feroz como en los Premios Forqué, los mas representativos del cine español.

Aportación a la fundación Seve Ballesteros, Cruz Roja, Fundación Princesa de Girona, para activar solidaridad ciudadana y conseguir fondos para financiar proyectos en aras de erradicar la desigualdad o afrontar desastres naturales, Entre otros”



### 5.3.5 Actuaciones medioambientales

El objetivo de Mercedes Benz España según el Informe No Financiero de Mercedes Benz España (2018, p.7) es: “Aumentar de una manera sostenible el valor que aportamos a Daimler y a nuestro país, esforzándonos en alcanzar una posición de liderazgo en los distintos negocios en los que operamos”.

Para que esto sea posible llevan a cabo la sostenibilidad y determinados principios en materia medio ambiental y energética, estos objetivos según Mercedes Benz España (2018, p.7) son:

“Abordar los retos del futuro en materia medioambiental y energética.

Esfuerzo en el desarrollo de productos que destacan por ser especialmente respetuosos con el medio ambiente y los recursos energéticos en el sector de mercado al que pertenecen.

Planificación de todas las etapas de la producción reduciendo el impacto ambiental y optimizando el uso de los recursos energéticos.

Ofrecer un servicio integral y toda la información necesaria acerca de la protección del medio ambiente y la utilización de los recursos energéticos.

Esfuerzo por conseguir a escala mundial un equilibrio ambiental y energético.

Proporcionar a los colaboradores y a la opinión pública amplia información sobre la protección del medio ambiente y la utilización de los recursos energéticos.”

En aras de cumplir con los objetivos planteados, se presentan algunas de las iniciativas que Mercedes Benz (2018) lleva a cabo:

Tabla 11. Iniciativas medioambientales Mercedes Benz España.

ACCIÓN	DESCRIPCIÓN
Estrategia CASE (Conectividad, Conducción Autónoma, Uso flexible y Sistemas de Accionamiento eléctrico”	Todos los autos Mercedes son digitales, tienen una gama de servicios por medio de app, sitio web o desde el coche. Autonomía porque tienen tecnologías Drive Pilot, frenos de emergencia, asistencia a la conducción para que sea autónoma.
Promoción del Car Sharing	Grupo Daimler, ha desarrollado la plataforma “Moovel” y la app “Mytaxi” para promover el uso compartido de vehículos a libre disposición.
Promoción del vehículo eléctrico	Se espera una inversión de más de 10 billones de euros para ampliar la flota eléctrica antes de 2025, Además invertirá un billón de euros en la producción de baterías para coches eléctricos e híbridos enchufables.
Disminución de emisiones	A través de la mejora del coeficiente aerodinámico y la reducción del peso de sus vehículos. Aquí, los materiales y el diseño y fabricación de componentes influyen de forma importante.
Ahorro energético	Actualmente se está sustituyendo la luminaria de forma progresiva, y se cuenta con sistemas informáticos que controlan la temperatura, humedad y electricidad.
Certificación UNE EN ISO 9001 y UNE EN ISO 14001	Apoya a la protección del medio ambiente, apegándose sus centros, academias y concesionarios a esta norma ISO. Asimismo, gestiona residuos, usa productos biodegradables; control periódico de ruidos y emisiones, etc.
Recogida de autos al final de su vida útil	En coordinación con SIGRAUTO, recogen y tratan los vehículos al final de su vida útil garantizando descontaminación y recuperación de componentes para reciclado

Fuente. Elaboración propia a partir de Mercedes Benz (2018).

A continuación, con base en la revisión bibliográfica llevada a cabo y la parte empírica desarrollada sobre las actuaciones en materia de RSC de las

empresas Toyota, Renault y Mercedes Benz, se realizará un cuadro resumen analizando lo antes expuesto y contrastándolo con la teoría:

Tabla 12. Cuadro resumen de análisis de RSC de las empresas elegidas con base en aportaciones de autores.

AUTOR	PARÁMETROS ANALIZAR	ANÁLISIS DE CUMPLIMIENTO					
		TOYOTA		RENAULT		MERCEDES BENZ	
		Si	No	Si	No	Si	No
Observatorio de RSC	Principios de RSC	X		X		X	
Server y Villalonga (2005)	Dimensión interna: Buenas prácticas de recursos humanos; salud y seguridad en la empresa; adaptación al cambio desde RSC; gestión del impacto ambiental	X		X		X	
	Dimensión externa:						
	Comunidades locales: Socios comerciales, proveedores y consumidos.	X		X		X	
	Problemas ecológicos mundiales Decisión voluntaria de cooperar sin imposición	X		X		X	
Valor y de la cuenta (2003)	Aspectos socioculturales: preocupación legítima y empatía	X		X		X	
	Aspectos económicos: crea valor para el cliente dando productos de calidad y se	X		X		X	

	preocupa por proveedores pagando precios justos						
	Responsabilidad con el Medio ambiente: no compromete al medio ambiente ni siquiera a futuro. <i>*Deloitte y Carroll (1991) también la contemplan.</i>	X		X		X	
Carroll (1991)	Responsabilidad Filantrópica	X		X		X	
	Responsabilidad legal	X		X		X	
	Responsabilidad ética	X		X		X	
Consultora Deloitte	Transparencia a sus stakeholders	X		X		X	
	Gestión y gobierno severo e independiente	X		X		X	
	Actuación responsable de actividades empresariales	X		X		X	
	Compromiso e innovación y mejora continua	X		X		X	
	Diálogo y actuación equitativa con empleados y clientes	X		X		X	
	Comunicación constante que cimiente el entorno	X		X		X	

Fuente. Elaboración propia

Si bien es cierto que las tres empresas responden a sus compromisos de responsabilidad social corporativa, se tiene que no todas lo hacen al mismo nivel, pues Toyota encabeza la lista, seguida de Mercedes en relación con el número de acciones e impactos que tienen en la sociedad. Así como desde el punto de vista de inversión económica y social dejando en tercer sitio a Renault.

Para completar este análisis además de tomarse en cuenta lo reportado por las empresas, es importante conocer a grandes rasgos la opinión de la sociedad sobre sus actuaciones.

Escobar (2015) respecto a Toyota, le considera ejemplo de organización de alto rendimiento, pues cuenta con gran número de empleados, lidera ventas y sus resultados no sólo económicos sino de valor de marca, superan a cualquier competidor. Esto se debe en gran parte a sus principios que cimentan la filosofía organización desde los años 60. Y es que valores como confianza y respeto mutuo entre empresa y empleados, siguen primando en la compañía sin importar recesiones económicas (2009) y desafíos continuos. Lo que prevalece es el interés por brindar estabilidad a sus empleados, lo que se refleja en sus resultados a todos los niveles.

Además de las buenas opiniones de los grupos de interés, se tiene que Toyota además de ser una de las empresas mejor valoradas por el ranking MERCO, también ha sido considerada una de las más valiosas marcas por Brand Finance desde 2007, valorando la gestión eficaz de la marca y sus activos intangibles (Grupo Breogan, 2019).

Si hablamos de Mercedes, aunque el Ranking MERCO de RSC indica que Renault va por delante de Mercedes Benz en 2018, ocupando el sitio 2 y 3 respectivamente, lo cierto es que, en el tiempo sostenido, quien más ha permanecido es Mercedes Benz, apareciendo año tras año en la lista de las mejores empresas, prueba de ello es que el año anterior 2017, Mercedes Benz incluso superó a la líder por excelencia Toyota (dos veces primer lugar entre 2015 a 2018). Renault por su parte, ese mismo año ocupó el quinto sitio y en 2016 y 2015 ni siquiera fue considerada en la lista.

Asimismo, Mercedes ha sido considerada una de las empresas mejores valoradas a nivel mundial en 2017 por RepraK España, que en su informe de empresas con mejor reputación la colocó en tercer puesto. En este reporte Toyota ocupó el sitio 22 y Grupo Renault el sitio 25 de 50 empresas de la lista. El tercer

puesto se le otorgó por cuatro dimensiones: integridad, innovación, organización y resultados financieros (García, 2018).

Siguiendo con el análisis, se considera que el Grupo Renault, está muy por debajo de Toyota y Mercedes, pues sus niveles de compromiso distan mucho. Un ejemplo de estas diferencias, son que Renault exhibe menores niveles de transparencia y comunicación, pues a la fecha cuenta con informes o memorias de sostenibilidad específicos para reportar sus acciones anuales como las otras dos empresas. Sólo cuenta con informes financieros que incluyen un apartado de RSC, difícilmente legibles y entendibles para el lector, no gozan de buena resolución y entremezclan idiomas. Así en el informe último de 2018 en su pagina 125, encontramos las acciones que reporta en materia de RSC, con un esquema de línea de tiempo sobre las acciones realizadas entre 1960 a 2018 en francés, faltando así a los principios que establece el Observatorio DE RSC: i) rendición de cuentas: la organización debe someterse al escrutinio público, rindiendo cuentas de los impactos económicos, sociales y ambientales de su actuación. También debe asumir los impactos negativos que tenga en la sociedad y repararlos y ii) Transparencia: la organización debe brindar información a las partes interesadas sobre su actuar. La transparencia implica lenguaje simple, sencillo y formatos accesibles.

Asimismo, las notas de prensa y reportes de RENAULT sobre actividades éticas y filantrópicas se detectaron escuetos como parte de este análisis, pues no brindan mucha información y se encuentran en su sitio web solo si se busca a consciencia. Prueba de esta afirmación es que en su nota sobre “Jornadas de Seguridad Vidal en el Ámbito Empresarial” escrita en julio de 2018, el artículo de prensa consta de 6 líneas de texto. Otra nota titulada “Voluntariado Corporativo en Renault-Kilómetros de vidas” lanzada el 16 de abril de 2019, la nota consta de 5 líneas escritas y un video corto. El hecho de que dejen de lado la comunicación sobre sus actividades sociales y filantrópicas es preocupante pues el compromiso social es a nivel global y la RSC engloba un todo de más de una dimensión.

Si hablamos sobre las opiniones de la sociedad respecto a Renault, Rossel (2019) explica que, de cara a la asunción de nuevo puesto de CEO, Luca de Meo se prevén reducciones en costes que incidirán en todas sus acciones, lo que podría incidir en sus esfuerzos de RSC. Así mismo, se considera que Renault a pesar de que expresa un gran compromiso con el medio ambiente no apuesta lo suficiente por las energías alternativas como el coche eléctrico (solo cuenta con dos modelos 100% eléctricos y un híbrido en su oferta). Siendo que este enero de 2020 ha entrado en vigor una Nueva Normativa Europea de Emisiones de CO<sub>2</sub>, Renault podría enfrentar multas económicas por hasta 3 mil quinientos millones de euros por sus emisiones según previsiones de la Consultora Jato, para poder reparar este hecho Renault actualmente estudia una alianza con Toyota para incursionar mas en los autos eléctricos.

## **CAPÍTULO 6: POSICIONAMIENTO ECONÓMICO Y FINANCIERO DE LAS EMPRESAS SELECCIONADAS**

Para reforzar el análisis del posicionamiento de las empresas en RSC, se realiza el estudio de las principales magnitudes económicas y financieras junto con el cálculo de las ratios oportunas de las tres empresas, con el fin de conocer la situación de las empresas. Como se ha comentado en el capítulo de la metodología, para el desarrollo de este apartado se parte de la información de los estados financieros que ofrece la base de datos SABI desde el año 2014 al año 2018, es decir, los 5 últimos años con cuentas anuales disponibles.

### **ANÁLISIS PATRIMONIAL**

El análisis patrimonial tiene como finalidad estudiar la composición, evolución, tendencia y equilibrio entre las distintas masas patrimoniales del balance. Como bien se sabe, se distinguen dos grandes grupos:

- Activo: comprende la estructura económica de la empresa e incorpora los bienes, derechos y otros recursos controlados por la empresa de los que se espera que la empresa obtenga o rendimientos económicos en el futuro.
- Patrimonio neto y pasivo: comprende la estructura financiera de la empresa. Incluye las aportaciones realizadas por los socios o propietarios que no tengan la consideración de pasivos, y las obligaciones actuales surgidas como consecuencia de sucesos pasados, para cuya extinción la empresa espera desprenderse de activos.

Las herramientas empleadas en el estudio patrimonial han sido los porcentajes verticales que nos permiten comprobar el peso relativo que una masa patrimonial tiene respecto de otra de nivel superior al que pertenece y los porcentajes horizontales que permiten comparar el valor de cada elemento entre distintos años.

El siguiente gráfico muestra la evolución de la estructura económica de las tres empresas en el periodo 2014-2018 en miles de euros.

<b>TOYOTA</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Activo corriente	121 .659	156 .542	236 .294	289 .588	325 .191
Activo no corriente	16. 215	19. 425	21. 666	21. 709	23. 944
Total activo	137 .874	175 .967	257 .960	311 .297	349 .135



<b>RENAULT</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Activo corriente	1.0 56.308	1.2 03.147	1.3 77.852	1.6 07.069	1.9 48.994
Activo no corriente	1.4 58.714	1.9 59.507	1.9 23.199	1.9 66.831	1.4 44.347
Total activo	2.5 15.022	3.1 62.654	3.3 01.051	3.5 73.900	3.3 93.341
<b>MERCEDES</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Activo corriente	410 .834	604 .149	546 .315	603 .670	531 .688
Activo no corriente	655 .126	684 .616	723 .252	829 .381	854 .896
Total activo	1.0 65.960	1.2 88.765	1.2 69.567	1.4 33.051	1.3 86.584

Fuente: elaboración propia

Se observa claramente que la inversión presenta una tendencia positiva para el periodo estudiado, especialmente para el caso de Renault y Toyota. El activo de Renault ha pasado de 2.515 millones de € en 2014 a 3.393 millones de € en 2018, lo que supone un aumento de 35%. Del mismo modo, el activo de Toyota ha

pasado de 137 millones de € en 2014 a 349 millones de € en 2018, lo que supone un aumento de 153%. Por último, el activo de Mercedes-Benz ha aumentado en un 30% pasando de 1.065 millones de euros a 1.386 millones de euros. Como puede apreciarse, la tendencia creciente observada en el activo total proviene básicamente del activo corriente ya que tiene una evolución considerable al alza.

El siguiente gráfico muestra la evolución de la estructura financiera de las tres empresas en el periodo 2014-2018 en miles de euros.

<b>TOYOTA</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Patrimonio neto	14.988	14.113	18.115	15.827	17.979
Pasivo no corriente	647	590	8.600	8.600	8.600
Pasivo corriente	122.239	161.264	231.245	286.870	322.556
<b>RENAULT</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Patrimonio neto	1.066.359	1.136.261	1.147.599	1.159.728	1.167.343
Pasivo no corriente	186.044	180.766	151.797	130.914	108.822

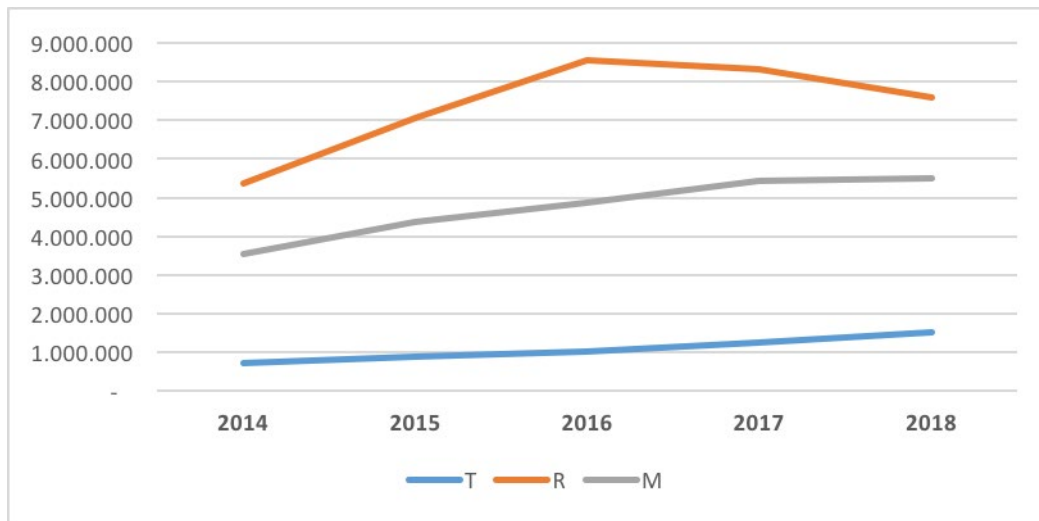
Pasivo corriente	1.2 62.619	1.8 45.627	2.0 01.655	2.2 83.258	2.1 17.176
<b>MERCEDES</b>	<b>201</b>	<b>201</b>	<b>201</b>	<b>201</b>	<b>201</b>
<b>S</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>
Patrimonio neto	402 .431	479 .237	451 .805	468 .355	330 .689
Pasivo no corriente	420 .905	406 .516	163 .277	272 .163	212 .210
Pasivo corriente	442 .394	547 .777	654 .485	547 .768	643 .915

Fuente: elaboración propia

Como se observa, las sociedades presentan una tendencia creciente que proviene tanto del patrimonio neto como del pasivo corriente, ya que estas masas patrimoniales presentan una evolución positiva. No obstante, se puede corroborar que el pasivo corriente es quien verdaderamente propicia un mayor incremento, a diferencia del resto de masas patrimoniales.

## ANÁLISIS DE LOS INGRESOS DE EXPLOTACIÓN

En el siguiente gráfico se puede ver como varían los ingresos totales de las tres empresas en miles de euros.

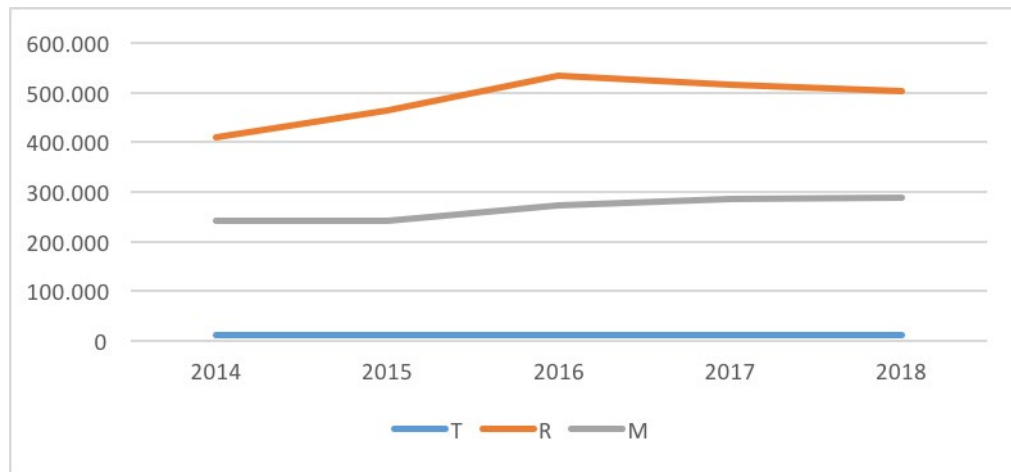


Fuente: elaboración propia

Como se observa, los ingresos de Renault son consistentemente mayores que los del resto, mientras que Toyota y Mercedes se mantienen relativamente constantes por debajo de los 5.500 millones de € de la facturación. En el caso de Renault se aprecia un marcado pico en 2016.

### ANÁLISIS DE LOS GASTOS DE PERSONAL

En este apartado se incluyen los costes del personal entendiéndose como los sueldos y salarios y la seguridad social a cargo de la empresa. Todos los datos son en miles de euros.



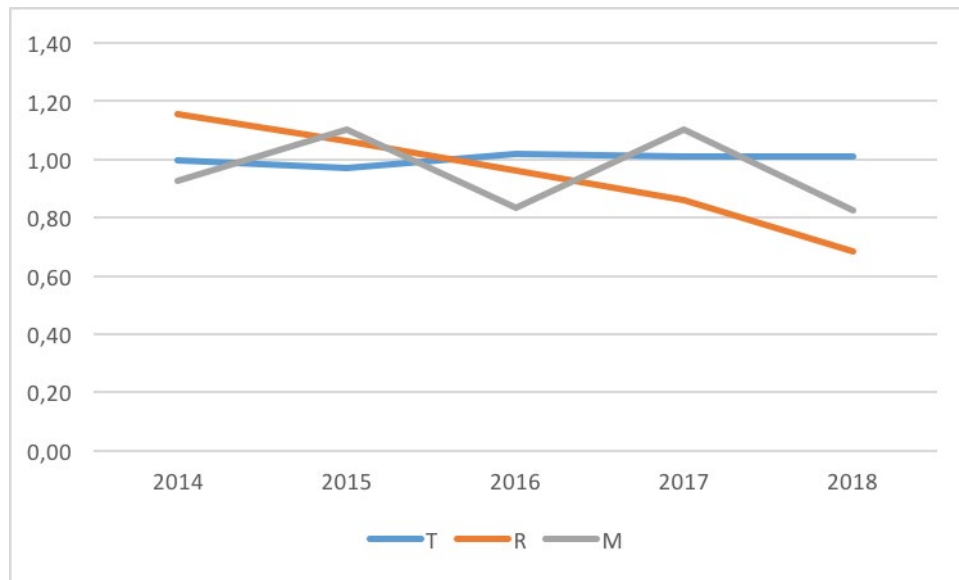
Fuente: elaboración propia

En los tres casos, los costes de personal siguen una tendencia similar a la de los ingresos de explotación. Se debe hacer énfasis al hecho de que Renault tiene unos gastos de personal más elevados cuyo pico se sitúa en el año 2016 para, posteriormente, estabilizarse su comportamiento.

## ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES RATIOS

### - Liquidez

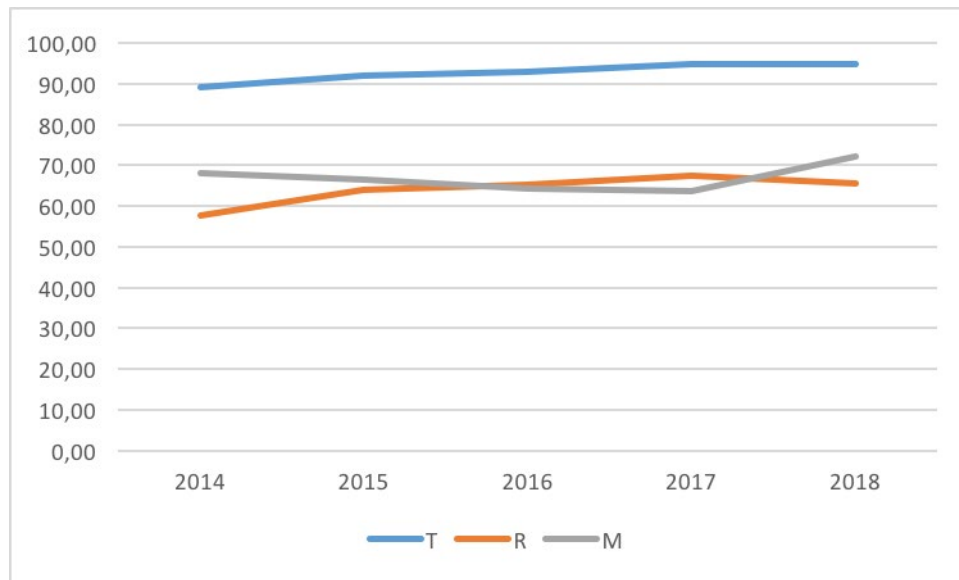
Definimos liquidez como la capacidad que tiene la empresa de generar fondos para poder hacer frente a sus obligaciones a corto plazo.



Tal y como se observa en el gráfico, la tendencia de la liquidez general de las tres empresas es similar, disminuyendo levemente a lo largo de los años. Además, los valores se sitúan entre 0,70 y 1,20 denotando que las empresas poseen suficiente circulante para hacer frente a sus obligaciones más inmediatas. Sin embargo, Renault debe tener en cuenta que los valores inferiores a la unidad pueden denotar que la entidad no cuenta con la solvencia adecuada para hacer frente a su deuda a corto plazo.

#### - **Endeudamiento**

**La** ratio de endeudamiento señala el porcentaje que suponen el total de las deudas de la empresa respecto a sus recursos propios.

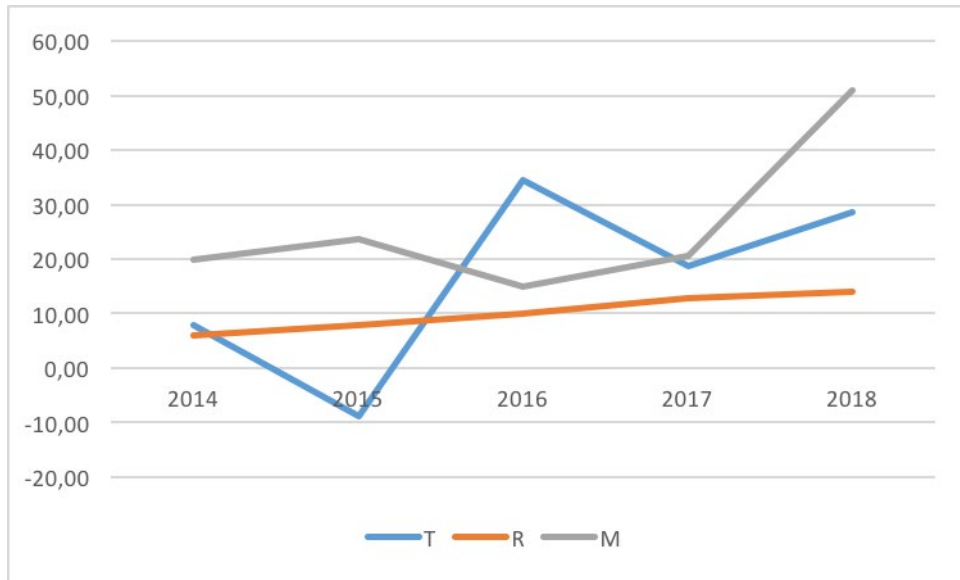


Fuente: elaboración propia

Tal y como se observa en el gráfico, a lo largo de los años se demuestra que los valores de la ratio de endeudamiento de las tres empresas se mantienen constante. Además, los valores de Renault y Mercedes se sitúan entre 0,60 y 0,75 denotando un endeudamiento de estas empresas moderado. Sin embargo, Toyota debe tener en cuenta que tiene unos valores muy elevados de endeudamiento, denotando que la empresa podría tener problemas.

#### - ROE

La Rentabilidad Financiera, también conocida como ROE, es una medida del rendimiento que generan los fondos propios de la empresa. Es igual al Resultado Neto entre el Patrimonio Neto. Su evolución se ve representada en el siguiente gráfico y en porcentaje.



Fuente: elaboración propia

El gráfico ofrece una evolución poco sorprendente, ya que la ROE de Renault se mantiene estable a lo largo de la serie, pero, por el contrario, la ROE de Toyota experimenta picos considerables en los ejercicios 2015 y 2016 con tendencia al aumento de su valor; además en esta misma empresa la rentabilidad financiera obtiene un valor negativo en el ejercicio 2015. Por su parte, la rentabilidad financiera de Mercedes tiene una tendencia positiva, siendo el 2018 cuando su valor aumenta más considerable hasta obtener un 50% de importe.

## ANÁLISIS DE LOS TRABAJADORES

En la siguiente tabla, se muestra el número medio de trabajadores que tenía cada empresa a cierre del ejercicio 2018 distinguiendo por sexo.

	Mujeres	Hombres
Toyota	25	2
	2	89



Renault	2.1	9.
	65	802
Mercedes	73	4.
	7	389

---

Tal y como se observa, en la empresa Toyota existe menos diferencias de personal contratado por sexo siendo 252 mujeres y 289 hombres. Sin embargo, en las otras dos empresas existe una brecha significativa ya que en Renault las mujeres suponen solo el 18% y en Mercedes el 14%.

## **CONCLUSIONES**

Del análisis económico y financiero realizado es importante destacar que Renault y Mercedes tienen resultados positivos bastante similares mientras que Toyota demuestra que tiene problemas importantes de endeudamiento, así como rentabilidades financieras más inestables a lo largo del periodo analizado. Además, es necesario recomendar a las empresas que tomen medidas en temas de género laboral ya que los trabajadores hombres suponen un porcentaje muy elevado en comparación con las mujeres.

## **CAPITULO 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

La presente investigación se planteó como objetivo general “Estudiar y analizar la evolución y desarrollo del sector de la automoción, en materia de Responsabilidad Social Corporativa, a través de conocer las acciones, políticas y avances que han tenido tres de las principales empresas automotrices en España: Toyota, Renault y Mercedes Benz”. Para la consecución de este objetivo se dividió

el trabajo en dos partes: i) la revisión bibliográfica que se centró en describir en que consiste la RSC, sus principios, dimensiones y las principales aportaciones teóricas al respecto y ii) el análisis cualitativo donde además de exponer los tres estudios de caso de las empresas y sus rasgos principales se analizaron sus actuaciones. Las reflexiones que se extraen de este trabajo son:

Las tres empresas manifiestan preocupación por la sociedad y su entorno, pero sobre todo están comprometidas con tres dimensiones: la legal, la social y la medioambiental. Por la naturaleza del sector, pues al ser automoción, se encuentra muy regulado su impacto en cuanto a emisiones y uso de energías alternativas. Asimismo, toman en cuenta en mayor grado a su grupo de interés interno: empleados. Por último, las tres empresas se enfocan mucho en sus políticas y acciones medioambientales, reciclando, disminuyendo emisiones, y haciendo uso de prácticas sostenibles a todos los niveles.

El nivel de comunicación y transparencia que manifiestan las empresas difieren mucho unas de otras, así Toyota y Mercedes son las que más informan de cara al exterior sobre sus acciones. A diferencia de Grupo Renault, que es escueto y poco claro sus reportes. No cuenta con informes de sostenibilidad específicos, lo reporta en un todo y a grandes rasgos.

Respecto a su responsabilidad medio ambiental Toyota encabeza la lista, le sigue Mercedes Benz y después Renault. En responsabilidad ética, al menos en lo que refiere a establecimiento de políticas, Toyota encabeza la lista al establecer el "Toyota way" que es más que unos valores, una filosofía de gestión, cuyo objetivo es maximizar resultados en cuanto a prácticas y comportamiento de los empleados diariamente. Le sigue Mercedes Benz, que cuenta con código ética y código de integridad, por último, Renault con su código deontológico.

Ya para concluir, aunque a efectos reputacionales en el indicador MERCO, Mercedes Benz esta por detrás de Renault en 2018, a la fecha 2020, a efectos de

este análisis se considera que Mercedes Benz, va en segundo lugar en materia de RSC, sólo por detrás de Toyota.

Dentro de las recomendaciones que este trabajo sugiere, se encuentran que específicamente Grupo Renault podría dar más realce a sus acciones apegándose los principios de rendición de cuentas y de transparencia establecidos por la Guía ISO 26000, siendo el reporte de sus acciones en un lenguaje claro, sencillo, homogéneo en cuanto a idioma y sobre específico en cuanto a los impactos económicos y sociales que conlleva su actuar, esto con el objetivo de que sus grupos de interés satisfagan sus expectativas y dudas en cuanto a información sobre su actuar. Asimismo, se recomienda abrir futuras líneas, pues se considera viable extrapolar este tipo de análisis en materia de RSC a otros sectores importantes para España, como el de la construcción y el sector turístico, cuyos impactos económicos pero sobre todo medioambientales y sociales son considerables en la actualidad.



## CAPITULO 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Amadoz, S. (2018). 40 años de Constitución y coches: hitos y curiosidades. Recuperado de <https://motor.elpais.com/actualidad/40-anos-de-constitucion-y-coches-hitos/>

Arthur, J., Stoner, F., Freeman, E. y Gilbertm D, (1996). Administración. México.: Pearson Prentice Hall.

Asociación Española de Fabricantes de Automóviles y Camiones (Anfac, 2018). Informe anual 2018. Recuperado de [https://anfac.com/categorias\\_publicaciones/informe-anual/](https://anfac.com/categorias_publicaciones/informe-anual/)

Asociación de Empresas Vascas por la Sostenibilidad (IZAITE, 2015). Guía para la implantación de la RSC en la empresa. Recuperado de <http://www.izaite.net/pdf/guiarse.pdf>

Autobild.es (2020). Historia de Toyota. Recuperado de <https://www.autobild.es/coches/toyota/historia>

Avendaño, W. (2013). Responsabilidad social (RS) y responsabilidad social corporativa (RSC): una nueva perspectiva para las empresas. Revista Lasallista de Investigación. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5021871>

Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4 (4), 497-505

Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34 (4), 39-48

Coches.com (2010). Historia de Mercedes. Recuperado de <https://noticias.coches.com/historia/la-historia-de-mercedes/9401>

CCOO Industria (2018). Situación y perspectivas en el sector del automóvil. Recuperado de <https://industria.ccoo.es/9ddeee3ef0745110d18ae92f9a4bc706000060.pdf>

Comisión de las Comunidades Europeas (CCE). (2001). Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas, Bélgica: Comisión de las Comunidades Europeas (CCE)

Costas, J. (2017). Las principales cifras del sector de la automoción en España. Recuperado de <https://www.motor.es/noticias/principales-cifras-sector-automocion-2016-201738742.html>

Comunica RSE (2018). Las empresas de América Latina avanzan en el Dow Jones de sustentabilidad. Recuperado de <https://www.comunicarseweb.com.ar/noticia/las-empresas-de-america-latina-avanzan-en-el-dow-jones-de-sustentabilidad>

Donaldson, T. y Preston, I. (1995): "The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence and implications" academy of management review vol.20, n° 1

Duque, Y., Cardona, M. y Rendon, J. (2013). Corporate Social Responsibility: Theories, Indexes, Standards and Certifications. Cuadernos de Administración de la Universidad del Valle. Recuperado de [http://revistas.univalle.edu.co/index.php/cuadernos\\_de\\_administracion/article/view/55](http://revistas.univalle.edu.co/index.php/cuadernos_de_administracion/article/view/55)

Deloitte (2018). Responsabilidad social y Gobierno corporativo. Recuperado de <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/governance-risk-and-compliance/articles/responsabilidad-social-y-gobierno-corporativo.html>

Elías, A., Cavana, R. Y Jackson, L. (2002). "Stakeholder analysis for r&d project management" r&d management 32, 4













Valor, C y De la Cuesta, M. (2003). Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición y desarrollo en España. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=301530>

Westfield Business School (2017). ISO 26000: 7 principios de Responsabilidad Social. Recuperado de <https://blog.i-ead.com/2017/05/24/iso-2600-7-principios-de-responsabilidad-social/>

