Universidad de Navarra

Ética y Sostenibilidad de la Empresa B

Guía docente 2026-27

PRESENTACIÓN

Breve descripción: El objetivo de la asignatura es introducir al alumno en el controvertido mundo de la ética y la sostenibilidad en los negocios. Tras un repaso muy breve a la toma de decisiones en el ser humano y a algunos principios éticos básicos, se tratarán, mediante el debate de casos prácticos en clase, los principales dilemas éticos que surgen en la relación de la empresa con los stakeholders internos (accionistas y trabajadores), con los externos (clientes, proveedores y sociedad), con el medio ambiente y el entorno legal. Del adecuado planteamiento de la responsabilidad que la empresa tiene frente a estos grupos de interés dependerá la sostenibilidad de la empresa, y su auténtica contribución al entorno en el que opera.

Desde que en 1953 Bowen hiciera una primera referencia sobre la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) hasta hoy, cuando las inversiones ESG (Environment, Social and Governance) están creciendo de manera exponencial, este movimiento ha aumentado progresivamente su relevancia en el mundo empresarial hasta convertirse en una de las claves, junto con la digitalización, del crecimiento económico. Para que se haya alcanzado esta situación, han sido necesarios 70 años de historia, en los que el concepto original, RSC, ha ido evolucionando progresivamente hacia los de Sostenibilidad y ESG, llevados por la idea de que el objetivo de una compañía no es solo impulsar los resultados económicos sino también cuidar el desarrollo social y la protección del medioambiente, prestando también atención a los aspectos de gobernanza corporativa, es decir, aquellos que ponen foco en la forma en la que las empresas toman sus decisiones. Por eso, hoy tiene sentido afirmar que los conceptos RSC, Sostenibilidad y ESG son términos equivalentes que trabajan sobre una misma realidad: la gestión de riesgos y las oportunidades asociados al desarrollo económico, social y ambiental. Por ello, de cara a este curso, la fórmula que se utiliza como sintetizador de estos conceptos es la de “Sostenibilidad Corporativa”.

- **Titulación**: Grado en Administración y Dirección de Empresas y Grado en Economía.
- **Módulo/Materia**: Esta asignatura pertenece al Grado en Administración y Dirección de Empresas en la materia Gestión Aplicada dentro del Módulo 2 Organización de Empresa, y al Grado en Economía, en la materia La economía en su contexto humanístico dentro del Módulo Contexto Humanístico.
- **ECTS**: 6
- **Curso, semestre**: Segundo semestre
- **Carácter**: Obligatoria
- **Profesorado**: Ignacio Ferrero y Mª Eugenia Clouet
- **Idioma**: castellano

Horario y Aula: Martes de 10.00-12.00 Aula 12 y Miércoles de 12.00-14.00 Aula 16 De todos modos, comprobar en el siguiente website https://www.unav.edu/web/facultad-de-ciencias-economicas-y-empresariales/estudiantes/horarios.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

Para los estudiantes del Grado de Empresa, las competencias a adquirir son:

- CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
- CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

- CG4 - Razonar de forma autónoma y crítica en temas relevantes para lo económico y /o empresarial.
- CT3 - Descubrir y enjuiciar los presupuestos antropológicos y las repercusiones éticas de la propia disciplina
- CE10: Analizar los problemas éticos de las decisiones empresariales

Para los estudiantes del Grado de Economía, las competencias a adquirir son:

- CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
- CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
- CG4 - Razonar de forma autónoma y crítica en temas relevantes para lo económico y /o empresarial.
- CT3 - Descubrir y enjuiciar los presupuestos antropológicos y las repercusiones éticas de la propia disciplina
- SC4 - Comprender la dimensión ética de la práctica profesional en la economía y/o la empresa

PROGRAMA

Tema 1: Introducción. La ética y la sostenibilidad como condiciones de equilibrio

- La importancia de un comportamiento ético en la actividad profesional, tanto por sus repercusiones en el plano personal como empresarial y social.
- Explicación de las distintas dimensiones que tiene la ética en la empresa
- Evolución del concepto de sostenibilidad hasta su formulación en los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS).

Tema 2: La ética personal

- La toma de decisiones éticas. Explicación de los elementos que intervienen en la toma de decisiones del ser humano: normas y principios, emociones, conciencia, virtudes, valores, experiencia personal y ajena.
- Análisis de los distintos modelos de valoración de la moralidad de las acciones. Papel de los antecedentes, las circunstancias y las posibles consecuencias en la evaluación de las decisiones. La voluntariedad de las acciones. Modificadores de la voluntad: presión, miedo, ignorancia.
- Principios morales básicos a tener en cuenta en la toma de decisiones: voluntario en la causa y voluntario indirecto.

Tema 3: **Temas éticos frecuentes en los negocios**

- Importancia del clima de corrupción en el tejido moral de la sociedad
- Modos de violar un contrato legítimo
- Robos o apropiación indebida en la empresa
- ¿Qué son los secretos profesionales? Actitud ante la información confidencial y privilegiada
- ¿Qué son los conflictos de intereses y qué actitud hay que tener ante ellos?
- ¿Qué es la delación de acciones inmorales ¿whistle-blowing- y cómo se debe llevar a cabo estos procesos?
- ¿Qué es la contabilidad creativa ¿earnings management- y cuándo pasa a ser un comportamiento inmoral?
- ¿Qué es el soborno y la extorsión, y cómo distinguirlos de los regalos o prebendas?

Tema 4: Concepciones éticas y sostenibles de la empresa

- Propósito y fin de la empresa.
- Importancia del dilema entre la propiedad y el control de la empresa y sus implicaciones en el modo de entender la empresa.

- Implicaciones de las distintas concepciones sobre la empresa para el gobierno corporativo
- Un problema creciente: La compensación de los ejecutivos

Tema 5: Políticas éticas en la empresa. La cultura corporativa y la cultura organizacional

- Explicación de las diversas políticas éticas que se pueden implementar en la empresa: declaración de valores, misión y visión de la empresa, códigos de conducta, comités de ética y de cumplimiento, canales de delación de acciones inmorales, programas de formación, etc.
- La importancia de la cultura corporativa y la diferencia con la cultura organizacional

Tema 6: La ética de la organización empresarial y los stakeholders internos: los trabajadores y los accionistas

- Explicación de las distintas dimensiones del trabajo: objetiva, subjetiva y social. Análisis de los distintos modelos de motivaciones en el trabajo
- Estudio de los derechos y deberes asociados al trabajo y de las implicaciones que tiene la dignidad del ser humano sobre el trabajo.
- Análisis de algunos problemas complejos en torno al trabajo: conciliación de la vida laboral y familiar, explotación de trabajadores y sweatshops, incorporación de la mujer al trabajo y a los puestos de dirección ¿techos de cristal-, abusos en los contratos de trabajo.
- Responsabilidad de la empresa en proporcionar información transparente, veraz y fiable a los accionistas. El uso de la información privilegiada por parte de los directivos.

Tema 7: La ética de la organización empresarial y los stakeholders internos: los consumidores y los competidores

- Importancia del marketing en la empresa y el respeto a los derechos de los consumidores. ¿Qué derechos tiene el consumidor?
- ¿Qué tipos de publicidad ilícita hay? Explicación de la publicidad desleal, engañosa, confusionista, subliminal.
- Tipos de competencia desleal con los competidores: falsificación, plagio, políticas desleales en la fijación de precios -el dumping-.

Tema 8: La ética de la organización empresarial y los stakeholders internos: el Estado y la sociedad

- Importancia de entender la importancia de la sostenibilidad de la empresa en un entorno sostenible.
- Relación del Estado con la empresa: explicación del principio de subsidiariedad. Análisis de la obligación del pago de impuestos y de los modos ilícitos de eludir esta obligación: evasión, elusión, fraude.
- Relación de la empresa con la sociedad. El principio del bien común y el principio de solidaridad.
- Obligaciones contraídas por la empresa con la sociedad por el ejercicio de su actividad. Problemas relacionados con esta obligación: la deslocalización
- Las inversiones y el bien común. Inversiones socialmente responsables. Auge de los fondos éticos y sostenibles.

Tema 9: Clarificando conceptos.

Objetivo: clarificar conceptos

- Definición y evolución del concepto
- ¿Cuáles son los términos relacionados?
- ¿Por qué es un tema estratégico hoy en día?

Tema 10: Tsunami regulatorio europeo en materia de sostenibilidad

Objetivo: conocer el marco regulatorio e Introducir herramientas y metodologías para la implementación de prácticas sostenibles

- Legislación y políticas relevantes
- CSRD y ESRS
- Herramientas y metodologías para la sostenibilidad
- Análisis de materialidad

Tema 11: Modelos sostenibles

Objetivo: comprender qué es un modelo de negocio sostenible, distingan entre distintos enfoques (circular, regenerativo, inclusivo…) y apliquen esa lógica a una empresa real o hipotética.

Tema 12: Riesgos y oportunidades del cambio climático

Objetivo: entender riesgos físicos, de transición y oportunidades empresariales reales

- Vendrá un invitado/a a dar la sesión

Tema 13: Indicadores de Impacto

Objetivo: desarrollar habilidades críticas para analizar KPI-s e indicadores de sostenibilidad en reportes corporativos

Tema 14: Estrategia de Sostenibilidad

Objetivo: proporcionar a los estudiantes perspectivas del mundo real y oportunidades para hacer preguntas a profesionales del sector.

- Vendrá un invitado a compartir su experiencia sobre cómo su empresa ha integrado la sostenibilidad en su estrategias de negocio, los desafíos y beneficios que se han encontrado

Tema 15: Comunicación en sostenibilidad

Objetivo: analizar por qué y cómo comunicar la sostenibilidad, evitando greenwashing y greenhushing. Aplicar principios de comunicación auténtica, transparente y estratégica

ACTIVIDADES FORMATIVAS

La asignatura supone 6 créditos ECTS. Cada crédito ECTS corresponde con 25 horas de trabajo del alumno.

Las 150 horas de trabajo se distribuyen del siguiente modo:

50 horas de clases presenciales. A estas clases los alumnos deben llegar puntuales, habiendo leído y trabajado los casos que se debatirán, así como los apuntes y bibliografía señalados en el cronograma.

28 horas de solución de casos.

20 horas de lectura de los artículos y textos recomendados y visionado de algunos documentos gráficos.

8 horas de trabajo en equipo con el grupo que debe presentar el caso en clase.

2 hora de reunión en grupo con el profesor para la preparación de la exposición.

40 horas de estudio personal del alumno.

2 horas para el examen.

Universidad de Navarra

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

• La asignatura tendrá una evaluación continuada a lo largo del curso. De los 6 ECTS de la asignatura 4,5 se corresponden con la parte del prof. Ferrero y 1,5 con la parte de la prof. Clouet. Por tanto, el 75% de la nota corresponderá al prof. Ferrero y el 25% a la prof. Clouet.

PARTE PROF. FERRERO

• Del 100% de la nota, un 70% corresponde a la parte práctica y un 30% a la teórica. Para que cada parte cuente en la nota final hay que alcanzar al menos el 35% de la nota posible.

• Parte práctica. El 70% se distribuye así: 15% por intervenciones en clase; 45% por la evaluación de los casos presentados semanalmente; 10% por la exposición del caso o el trabajo en grupo.

• Parte teórica. El 30% restante corresponde al examen final.

PARTE PROF. CLOUET

- Evaluación continua: todos las sesiones tendrán un test de lectura 60%
- Examen final 30% en la última sesión
- Participación en clase 10%

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

• Del 100% de la nota, un 60% corresponde a la parte práctica (evaluación de los casos requeridos) y un 40% a la teórica (examen).

Para la convocatoria extraordinaria se guardarán, en caso de estar aprobadas, la nota de la parte práctica o la del examen

HORARIOS DE ATENCIÓN

Dr. Ignacio Ferrero .(jiferrero@unav.es)

- Despacho. Edificio Amigos. Hilera
- Horario de tutoría: Miércoles 16.30-18.00

Dra. María Eugenia Clouet (mclouetfox@external.unav.es)

- La atención será previa cita por correo electrónico.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Ferrero, I. (2021) Ética de la actividad económica y empresarial. EUNSA. Localízalo en la biblioteca.

OTROS TEXTOS BÁSICOS

- Melé, D. (2019) Business ethics in action: Seeking human excellence in organizations. 2nd Edition. Palgrave Macmillan. Find it in the library.

Universidad de Navarra

TEMA 1:

- De George, R. (2012) “Historia de la ética empresarial”. En Valores y ética para el siglo XXI. Fundación BBVA. https://www.bbvaopenmind.com/articulos/historia-de-la-etica-empresarial/ Acceso diciembre 2019.
- Hartman, E. M. (2008). “Socratic Questions and Aristotelian Answers: A Virtue-based Approach to Business Ethics”, Journal of Business Ethics, 78:313–328.

TEMAS 2 y 3:

- Aranguren, J. “Democracia y relativismo”. Artículo publicado en www.univforum.org Acceso agosto 2017.
- González, A. M. (2007) “La Ley natural”. Nuestro Tiempo. Marzo.
- Argandoña, A. (2003) “La corrupción en el sector privado.” Documento de Investigación nº 531, IESE, Universidad de Navarra.
- Levitt, A. (1998) “The Numbers Game.” Speech en NYU Center for Law and Business. New York, 28 de septiembre.

TEMA 4:

- Argandoña, A. (2000) “La remuneración de directivos mediante opciones sobre acciones. Aspectos económicos y éticos”. Documento de investigación, 411. IESE Universidad de Navarra.
- Barton, D. (2011) “Capitalism for the Long Term.” Harvard Business Review. Marzo.
- Ferrero, I. “Responsabilidad social y responsabilidad limitada en Milton Friedman. De un modelo shareholder hacia un modelo stakeholder”. Revista de Ciencias Sociales, vol. XX, No. 4, Octubre - Diciembre, pp. 633-643.
- Freeman, R. E. (1984) Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston: Pitman.
- Freeman, R. E. (2012) “La gestión empresarial basada en los stakeholders y la reputación”. Valores y Ética para el siglo XXI. BBVA.
- Friedman, M. (1970) “La responsabilidad social de la empresa”. The New York Times Magazine, 13 de septiembre.
- Handy, C. (2002) “What is a Business for?” Harvard Business Review, December. Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=932676
- Paine, L. S. & Srinivasan, S. (2019). “A Guide to the Big Ideas and Debates in Corporate Governance”. Harvard Business Review. October 14. https://hbr.org/2019/10/a-guide-to-the-big-ideas-and-debates-in-corporate-governance
- Pearlstein, S. (2014) “When Shareholder Capitalism Came to Town”. The American Prospect. 19 de abril. https://prospect.org/economy/shareholder-capitalism-came-town/
- Rasmussen, D y Li, H. (2019) “The MBA Myth and the Cult of the CEO”. Institutional Investor, febrero. https://www.institutionalinvestor.com/article/b1db3jy3201d38/The-MBA-Myth-and-the-Cult-of-the-CEO

TEMAS 5 y 6:

- Melé, D. (2000) “Políticas de ética empresarial.” Papeles de Ética, Economía y Dirección, nº 5.
- Van Lee, R.; Fabish, L.; y McGraw, N. (2005) “The value of corporate values”. Aspen Institute.
- Guillén, M.; Ferrero, I.; y Hoffman W.M. (2015) “The Neglected Ethical and Spiritual Motivations in the Workplace”. Journal of Business Ethics, 128: 803–816.

TEMAS 7 y 8:

- Albareda, L. & Balaguer, M.R. (2007). “La inversión socialmente responsable y el gobierno corporativo: Una aproximación al mercado financiero español.” XV Congreso Nacional de Ética de la Economía y de las Organizaciones. IESE, Universidad de Navarra.
- Argandoña, A. (2004). La importancia de la ética en la empresa en los procesos de localización y deslocalización. Occasional Paper, nº 04/9. IESE

Universidad de Navarra

TEMA 9:

- Desta Mebratu,Sustainability and sustainable development: Historical and conceptual review,Environmental Impact Assessment Review, Volume 18, Issue 6, 1998, Pages 493-520, ISSN 0195-9255, https://doi.org/10.1016/S0195-9255(98)00019-5.
- Historia y génesis de la sostenibilidad (disponible en ADI).
- Marco Benvenuto, Chiara Aufiero, Carmine Viola, A systematic literature review on the determinants of sustainability reporting systems, Heliyon, Volume 9, Issue 4, 2023, e14893, ISSN 2405-8440, https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e14893.
- Introducción ESG - CIO-Special-ESG-Exploring-the-E-S-and-G-in-ESG.pdf (disponible en ADI)
- Sustainability (Environmental, Social, and Governance) Reporting: Tracing Materiality's Visionary and Relational Role over 25 Years through Boundary Objects and Boundary Work

TEMA 10:

- Sostenibilidad: El Tsunami regulatorio que viene (I)
- Sostenibilidad: El Tsunami regulatorio que viene (II)
- Sostenibilidad: El Tsunami regulatorio que viene (III)
- CSRD: últimas claves de los informes de sostenibilidad del futuro
- Normas europeas ESRS
- Praveen Saulick, Chandradeo Bokhoree, Girish Bekaroo, Business sustainability performance: A systematic literature review on assessment approaches, tools and techniques, Journal of Cleaner Production, Volume 408, 2023, 136837, ISSN 0959-6526, https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.136837.

TEMA 11:

- Bocken, N.; Short, S.; Rana, P. & Evans, S. (2013): A value mapping tool for sustainable business modelling, Corporate Governance: The International Journal of Business in Society, Vol. 13, No. 5, 482–497.
- Osterwalder, A.; Pigneur, Y. & Tucci, C. L. (2005): Clarifying business models: Origins, present, and future of the concept, *Communications of the Association for Information Systems,* Vol. 16, Article 1.
- Patala, S.; Jalkala, A.; Keränen, J.; Väisänen, S.; Tuominen, V. & Soukka, R. (2016): Sustainable value propositions: Framework and implications for technology suppliers , *Industrial Marketing Management,* Vol. 59, 144-156.
- Schaltegger, S.; Hansen, E. & Lüdeke-Freund, F. (2016): Business Models for Sustainability: Origins, Present Research, and Future Avenues (Editorial), *Organization & Environment,* Vol. 29, No. 1, 3-10.
- Upward, A. & Jones, P. (2016): An Ontology for Strongly Sustainable Business Models: Defining an Enterprise Framework Compatible With Natural and Social Science, *Organization & Environment,* Vol. 29, No. 1, 97–123.
- Yang, M.; Evans, S.; Vladimirova, D. & Rana, P. (2017): Value uncaptured perspective for sustainable business model innovation, *Journal of Cleaner Production,* Vol. 140, pp. 1794-1804.

TEMA 12:

- Braga, F., & Lo, S. (2024). *Transition risk in climate change: A literature review*. Risks, 13(4), 66. https://www.mdpi.com/2227-9091/13/4/66
- European Commission. (2024). *Report on monitoring climate-related risks to financial stability*. Directorate-General for Financial Stability, Financial Services and Capital Markets Union.
- Informe de riesgos globales 2024 World Forum Economic
- Primavera Silenciosa. Rachel Carson
- El cambio climático global. Vicente Barros

- El futuro por decidir. Christiana Figueres y Tom Rivett-Carnac
- Los límites del crecimiento. Donella H. Meadows

TEMA 13:

- GRI Standards: https://www.globalreporting.org
- CSRD & ESRS (en especial indicadores G y S)
- Theory of Change: Taplin & Clark (2012) – *Theory of Change Basics*.
- Impact Measurement Project (IMP): https://impactmanagementproject.com
- Ebrahim, A., & Rangan, V. K. (2014). What Impact? A Framework for Measuring the Scale and Scope of Social Performance. *California Management Review*, 56(3), 118–141.
- Eccles, R. G., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). The Impact of Corporate Sustainability on Organizational Processes and Performance. *Management Science*, 60(11), 2835–2857.
- Nicholls, A. (2009). 'We do good things, don't we?': Blended Value Accounting in Social Entrepreneurship. *Accounting, Organizations and Society*, 34(6-7), 755–769.
- Kimmitt, J., & Muñoz, P. (2018). Sensemaking the 'Social' in Social Entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 152(3), 587–603. https://eprints.ncl.ac.uk/249356

TEMA 14:

- Ma, D., Li, L., Song, Y., Wang, M., & Han, Q. (2023). Corporate Sustainability: The Impact of Environmental, Social, and Governance Performance on Corporate Development and Innovation. Sustainability, 15(19), 14086. MDPI AG. Retrieved from http://dx.doi.org/10.3390/su151914086.
- Impact: Reshaping capitalism to drive real change, Ronald Cohen 2020
- Introducción al gobierno corporativo. University of London

TEMA 15:

- Aggerholm, H. K., & Thomsen, C. (2024). Strategic communication in contexts of high sustainability pressure: Balancing purposefulness, transparency and participation in pursuit of organizational legitimacy. *Journal of Communication Management*. https://doi.org/10.1108/jcom-12-2022-0131
- Fabrizio Baldassarre, Raffaele Campo, Sustainability as a marketing tool: To be or to appear to be?, Business Horizons, Volume 59, Issue 4, 2016, Pages 421-429, ISSN 0007-6813, https://doi.org/10.1016/j.bushor.2016.03.005.
- Kumar et al., 2012 V. Kumar, Z. Rahman, A.A. Kazmi, P. Goyal Evolution of sustainability as marketing strategy: Beginning of new era Procedia—Social and Behavioral Sciences, 37 (2012), pp. 482-489
- Wang, Y., Matsumoto, S., & Ren, R. (2024). *Towards robust ESG analysis against greenwashing risks: Aspect-action analysis with cross-category generalization*. arXiv. https://arxiv.org/abs/2502.15821
- Vollero, A., & Siano, A. (2024). *Strategic communication and greenwashing: Theoretical reflections and managerial implications.*
- Sustainability Communication Tool for Companies