Euncet Business School

centro adscrito a:

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA BARCELONATECH

GUÍA DOCENTE DE IMPACTO DEL ENTORNO SOCIAL, CULTURAL Y POLÍTICO DE LA EMPRESA 2025-2026

DATOS GENERALES

Nombre de la asignatura:	IMPACTO DEL ENTORNO SOCIAL, CULTURAL Y POLÍTICO DE LA EMPRESA
Código	801328 (BUSINESSTECH) 801386 (MKTTECH) 801833 (GIDE)
Curso:	2025-2026
Titulación:	Grado en empresa, innovación y tecnología Grado en marketing, innovación y tecnología Grado en gestión y digitalización en el deporte
N.º de créditos (ECTS):	6
Ubicación en el plan de estudios:	1º curso, 1ºcuatrimestre
Departamento:	Ciencias sociales en la empresa
Responsable departamento:	Dra. Cristina Cáliz
Fecha de la última revisión:	Julio 2025
Profesor Responsable:	Dra. Paola Mastrantonio Dr. José Torres Dr. Alfonso Bárcena

1. DESCRIPCIÓN GENERAL

Las variables socioeconómicas han jugado siempre un papel fundamental en el éxito o fracaso de las empresas en general y de los productos en particular. Los estudios de mercado no son suficientes sin tener en cuenta los aspectos que rodean a la sociedad, tales como la cultura y la costumbre que afectan a las decisiones empresariales.

Por todo esto, los contenidos de la asignatura facilitarán una evaluación autónoma, por parte del alumnado, del entorno socioeconómico en el que interactúan las empresas. Para ello la metodología a realizar se basará en distintos enfoques, partiendo de una metodología inductiva, en la que con casos prácticos particulares se llegue a un conocimiento generalizado. Posteriormente se sustentará este conocimiento con clases magistrales, para finalizar anclando todo lo aprendido con trabajo autónomo y práctico.

Este enfoque debe proporcionar al alumnado la comprensión del impacto social de la toma de decisiones tanto a nivel individual como colectivo y debe también permitir construir los criterios para evaluar las consecuencias tanto políticas como sociales y de sostenibilidad en el entorno de las propias decisiones.

La perspectiva debe ser mayoritariamente económico-cultural, ayudando al alumnado a adquirir los conocimientos y las herramientas prácticas que permitan una buena ejecución posterior en distintas materias.

En este sentido, la asignatura comparte enfoque y perspectiva con la asignatura de "Impacto de las tecnologías en la empresa" e "Impacto del entorno económico y marco legal en la empresa", estando las tres integradas dentro de la materia de Entorno Global.

2. OBJETIVOS

Los objetivos de aprendizaje son:

- Reconocer los factores sociales, culturales, políticos y legales que influyen en el entorno empresarial.
- Generar un patrón de aprendizaje de las ciencias sociales basado en el trabajo autónomo y la metodología inductiva.
- Identificar, analizar y evaluar las oportunidades y riesgos empresariales en el entorno empresarial.
- Aproximarse a los conceptos y generalizaciones principales sobre la sociedad y sus procesos de organización y cambio.
- Comprender la pluralidad de teorías y aproximaciones existentes en las ciencias sociales aplicadas al ámbito empresarial.
- Originar una visión crítica sobre las teorías culturales, sociales, económicas y políticas de la sociedad en que uno vive y actúa.

3. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

- Reconocer los factores sociales, culturales y políticos que influyen en el entorno empresarial global.
- Desarrollar habilidades para liderar y colaborar en entornos multiculturales y multinacionales.
- Reconocer la importancia de la responsabilidad social empresarial y su impacto en la sostenibilidad empresarial.

4. CONTENIDOS

TEMA 1: EL ENTORNO POBLACIONAL

Resultados específicos de aprendizaje

Tras la impartición del tema, el profesor habrá facilitado al estudiante las herramientas necesarias para:

- Comprender la estructura poblacional dentro de las variables socioeconómicas empresariales y del fenómeno del deporte: el caso de la Silver economy.
- Identificar la problemática de la estructura poblacional dentro del ámbito empresarial en el contexto del deporte.
- Diseñar políticas deportivas (públicas y privadas) para aprovechar las externalidades positivas de las estructuras poblacionales.
- Diseñar políticas deportivas (públicas y privadas) para contrarrestar las externalidades negativas de las estructuras poblacionales: La gentrificación.

Contenido

1.1 Demografía. Pirámide de Población y el resto de los indicadores.

1.2 La evolución demográfica a corto, medio y largo plazo. Consecuencias en el sector productivo.

1.3 Correlación entre estructura demográfica y el sector productivo.

1.4 Definición y tipología de las generaciones y sus principales características.

1.5 Externalidades derivadas de la estructura poblacional.

1.6 Evaluación de las externalidades en la hora de las decisiones políticas y empresariales.

TEMA 2: EL ENTORNO SOCIAL

Resultados específicos de aprendizaje

Tras la impartición del tema, el profesor habrá facilitado al estudiante las herramientas necesarias para:

- Comprender las estructuras sociales presentes en el mundo actual.
- Entender cómo estas estructuras sociales influyen en los sistemas políticos y económicos actuales.
- Analizar los efectos de las estructuras sociales en el mercado del deporte.
- Conocer qué es la responsabilidad social y cómo ella se transforma en una ventaja competitiva para las empresas que la consideran.

Contenido

2.1 Definición, delimitación y componentes del entorno social.

2.2 El entorno social como factor diferencial de participación en el mercado y en el consumo.

2.3 La correlación entre entorno social y la participación en el mercado.

2.4 La responsabilidad social del sector productivo y de la organización institucional.

2.5 Los factores de sostenibilidad en las empresas y en las organizaciones en el contexto de la responsabilidad social.

TEMA 3: EL ENTORNO ECONÓMICO

Resultados específicos de aprendizaje:

Cuando termine este curso, el estudiante será capaz de:

- Conocer las variables económicas más relevantes y entender cómo se determinan.
- Analizar el impacto de estas variables en el tejido productivo de una nación.
- Analizar los efectos de las políticas económicas en un entorno global y en las organizaciones.

Contenido

3.1. Definición, delimitación y componentes del entorno económico.

3.2. Las principales variables socio-económicas.

3.3. Las tendencias del mercado y su incidencia en los factores económicos y a la inversa.

3.4. El mercado de trabajo. Evolución e incidencia.

TEMA 4: EL ENTORNO CURTURAL

Resultados específicos de aprendizaje:

Tras la impartición del tema, el profesor habrá facilitado al estudiante las herramientas necesarias para:

- Conocer los conceptos fundamentales, así como las teorías relacionadas con el multiculturalismo.
- Vincular la cultura a los procesos de globalización económica y social.
- Conocer las potencialidades de la diversidad cultural que favorezcan la sociedad y sus organizaciones.
- Obtener una actitud reflexiva y crítica frente a los problemas planteados por la cultura hoy.
- Entender las grandes tendencias de transformación que han caracterizado a la cultura en el mundo contemporáneo.

Contenido

4.1 Definición, delimitación y componentes del entorno cultural.
4.2 Los principios del cambio cultural.
4.3 Diversidad humana y multiculturalidad: la construcción de la diferencia.
4.4 La incidencia de la globalización en el ámbito del entorno cultural.
4.5 La cultura de consumo global y la homogeneización de la cultura.
4.6 La complejidad cultural en la sociedad globalizada: subculturas, contraculturas, multiculturalismo.
4.7 Los hábitos de consumo según les diversas tipologías del entorno cultural.

TEMA 5: EL ENTORNO INSTITUCIONAL

Resultados específicos de aprendizaje

Tras la impartición del tema, el profesor habrá facilitado al estudiante las herramientas necesarias para:

- Conocer las diversas estructuras institucionales, ya sean nacionales o supranacionales, que participan en nuestro entorno.
- Analizar las políticas que emanan de estas instituciones y cómo afectan a la actividad productiva ya sea pública como privada.
- Entender cómo estas instituciones y sus políticas son de obligado cumplimiento para los mercados pertinentes.

Contenido

5.1 Definición, delimitación y componentes del entorno institucional.
5.2 Las principales características del entorno institucional.
5.3 Los principales agentes que intervienen en el entorno institucional.
5.4 Descripción y análisis de las componentes estructurales de las principales instituciones del entorno.
5.5 Las dinámicas políticas en la sociedad actual en relación con el mercado y el sector productivo.

TEMA 6: ANÁLISIS PESTEL

Resultados específicos de aprendizaje

Tras la impartición del tema, el profesor habrá facilitado al estudiante las herramientas necesarias para:

- Conocer el concepto PESTEL.
- Elaborar un PESTEL mediante análisis de los factores que impactan en la organización.
- Localizar los datos y la información necesaria para de manera autónoma realizar un PESTEL desde la perspectiva de impacto político, económico, social y cultural.

Contenido

6.1 Factores Políticos que impactan en las organizaciones y/o empresas deportivas y en su desarrollo. (P)

6.2 Factores Económicos que impactan en las organizaciones y/o empresas deportivas y en su desarrollo. (E)

6.3 Factores Sociales que impactan en las organizaciones y/o empresas deportivas y en su desarrollo. (S)

6.4 Factores Legales que impactan en las organizaciones y/o empresas deportivas y en su desarrollo. (L)

6.5 Todo Junto. PESTEL

5. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Reconociendo la inversión de tiempo y esfuerzo que un estudiante tiene que invertir en cada una de las asignaturas universitarias, se comprende también que este es un primer acercamiento del alumno a la metodología de aprendizaje universitario. Por ello, la metodología de enseñanza se basa, principalmente, en análisis de casos prácticos, para incentivar un pensamiento crítico e inductivo, que lleve al estudiante a conocer las teorías a través de su aplicación con la realidad.

Por todo lo anterior, a pesar de no ser obligatoria la asistencia a clase, es fundamental su presencia y su participación activa. Ya que la metodología se basa en dos fases. La primera una participación activa del estudiante, analizando casos prácticos, leyendo noticias o viendo contenido multimedia, para después debatirlo en clase junto a sus compañeros. La guía del profesor servirá para encauzar los argumentos en pro de ayudar a llegar a un corpus realista.

La segunda fase es la exposición, a través de clases magistrales, de las teorías o las herramientas anteriormente estudiadas y trabajadas por el alumno. Esta parte sólo debe ser una muestra de que lo visto a través de los casos prácticos tiene su traducción en la teoría. Con ello también se quiere generar una visión utilitarista al alumnado para que reconozca que la teoría que vean en futuras asignaturas relacionadas con la materia, tiene una aplicación práctica.

Posteriormente, y como herramienta para sustentar lo aprendido, el alumnado deberá trabajar, de forma autónoma los conceptos a través de materiales complementarios facilitado por el profesor.

Metodología – modalidad presencial:

Clases presenciales

Exposición de la teoría / Desarrollo de Proyecto / Juego de Roles.

Aprendizaje autónomo / Plataforma online

El esquema a seguir a la hora de impartir docencia y de recibir la clase será la siguiente:

1. Análisis de casos prácticos (De manera grupal o individual dependiendo el caso)
2. Exposición de la teoría
3. Visionado de vídeos o lecturas de materiales complementarios
4. Evaluación aplicada de lo aprendido.

Aprendizaje inductivo.

El enfoque de esta asignatura es desde la perspectiva de la economía aplicada, por lo que la mera exposición de teorías dejaría al alumno falto de la parte práctica. Por ello se ha decidido por una enseñanza inductiva en la cual, a través de estudios de casos prácticos reales y empresariales, el alumno puede forjar las preguntas necesarias (y hasta las respuestas) que permitan que posteriormente, al recibir la teoría, comprendan la utilidad.

Posteriormente, con el trabajo a través de materiales complementarios, el alumnado podrá, a través de un análisis de dichos materiales, relacionar la teoría y la práctica.

El desarrollo de la metodología consta de:

- Sesiones de trabajo práctico en el aula (presencial)
- Exposición de contenidos o resolución de problemas con participación de los estudiantes o exposiciones orales de los estudiantes (presencial)
- Sesiones de trabajo teórico en el aula (presencial)
- Exposición de contenidos teóricos (presencial)
- Trabajo práctico individual o en equipo (presencial)
- Resolución de ejercicios, problemas y casos, eventualmente con soporte de ordenador, con la participación del estudiante en el aula (presencial)
- Elaboración de trabajos cooperativos (presencial)

- Tutorización y evaluación formativa del proceso de aprendizaje (no presencial)
- Desarrollo de trabajos cooperativos con supervisión o autónomamente (no presencial)
- Trabajo en equipo en realización de proyectos (no presencial)
- Preparación y realización de actividades evaluables (no presencial)
- Trabajo autónomo de estudio y realización de ejercicios (no presencial)
- Estudio y preparación de los contenidos (no presencial)

Metodología – modalidad semipresencial (presencial flexible):

Se basa en clases expositivas participativas para consolidar la lectura de material didáctico, textos y artículos relacionados con los contenidos de la materia previamente publicados en el campus virtual. Con las prácticas en clase y los trabajos en casa se espera reafirmar los conceptos y procedimientos que se han presentado en la clase.

- Clase magistral.
- Clase práctica de resolución, con la participación de los estudiantes, de casos prácticos y/o ejercicios relacionados con los contenidos de la materia.
- Trabajo en grupo/cooperativo sin presencia del profesor/a.
- Capacidad de implantar clases de repaso de aquellos contenidos o asignaturas que por las circunstancias o por su propia esencia presenten unas dificultades objetivas mayores para el conjunto del estudiantado. En todo caso, la Dirección de los estudios correspondientes determinará, en cada caso, el alcance y la pertinencia.
- Realización, por parte del alumno, de las principales actividades propuestas en la modalidad presencial, si bien en este caso, se desarrollaran en casa y serán entregadas mediante la plataforma educativa.

6. EVALUACIÓN

De acuerdo con el Plan Bolonia, el modelo premia el esfuerzo constante y continuado del estudiantado. Un 40% de la nota se obtiene de la evaluación continua de las actividades dirigidas y el 60% porcentaje restante, del examen final presencial. El examen final tiene dos convocatorias.

La nota final de la asignatura (NF) se calculará a partir de la siguiente fórmula:

- **NF = Nota Examen Final x 60% + Nota Evaluación Continuada x 40%**
- Nota mínima del examen final para calcular la NF será de 40 puntos sobre 100.
- La asignatura queda aprobada con una NF igual o superior a 50 puntos sobre 100.

Actividades de evaluación continua- modalidad Presencial

Tipo de actividad	Descripción	% Evaluación continua	% Evaluación Final
Entregas:			**40 %**
	Análisis de Casos	25%	
	Prácticas individuales y grupales en clase.	25%	
	Trabajo final: análisis PEST	50%	
Examen Final			**60%**

Actividades de evaluación continua- modalidad semipresencial (presencial flexible)

Tipo de actividad	Descripción	% Evaluación continua	% Evaluación Final
Entregas:			**40 %**
	Análisis de Casos	25%	
	Prácticas individuales y grupales en clase.	25%	
	Trabajo final: análisis PEST	50%	
Examen Final			**60%**

7. BIBLIOGRAFÍA

7.1. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Adorno, T. W. (1967). *La industria cultural y sociedad de masas*. Monte Avila.

Baudrillard, J. (1978). *Cultura y simulacro*. Kairós.

Bauman, Z. (1999). *La globalización: consecuencias humanas*. FCE.

Bauman, Z. (2016). *La cultura en la modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica.

Beck, U. (2002). *La sociedad del riesgo global*. Siglo XXI Editores.

Dodds, K. (2021). *Geopolítica: una breve introducción*. Antoni Bosh Editor.

Martín Roda, E. M. (Coord.). (2017). *Geopolítica: claves para entender un mundo cambiante*. Editorial Universitaria Ramon Areces.

Montesquieu, C. de. (2015). *Del espíritu de las leyes*. Alianza Editorial.

Requeijo González, J. (Ed.). (2014). *Demografía y política* (Revista Economistas, Nº 140). Colegio de Economistas de Madrid.

Rodrik, D. (2011). *La paradoja de la globalización*. Antoni Bosch Editor S.A.

7.2. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Alonso, J. A. (Ed.). (2023). *Lecciones sobre economía mundial. Introducción al desarrollo y a las relaciones económicas internacionales* (11ª ed.). Editorial CIVITAS.

Arribas, J. M. (2013). *Sociología del consumo e investigación de mercados*. UNED.

Barth, F. (1976). *Los grupos étnicos y sus fronteras. La organización social de las diferencias culturales*. F.C.E.

Baudrillard, J. (2009). *La sociedad de consumo*. Editorial Siglo 21.

Bauman, Z. (2002). *La cultura como praxis*. Paidós.

Bourdieu, P. (1988). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Taurus.

Burgos Romero, C. (2018). La responsabilidad social o sostenibilidad: un enfoque desde el entorno y la comunicación. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 8*(16), 47-59. https://doi.org/10.17163/ret.n16.2018.04

Chomsky, N. (2014). *El beneficio es lo que cuenta. Neoliberalismo y orden global*. Editorial Planeta.

Dawkins, R. (2007). *El gen egoísta: las bases biológicas de nuestra conducta* (10ª ed.). Ediciones Salvat.

Dostaler, G. (2012). *Keynes y el desempleo*. Maia Ediciones.

Douma, S., Schreuder, H., & Forcadell Martínez, F. J. (2009). *Enfoques económicos para el análisis de las organizaciones* (4ª ed.). Editorial Pearson.

Escohotado, A. (2008). *Los enemigos del comercio*. Espasa Calpe.

Fernández Díaz, A., Parejo Gámir, J. A., & Rodríguez Sáiz, L. (2010). *Política económica* (4ª ed.). Editorial McGraw Hill.

Francés, P. (2005). *Responsabilidad social de las empresas. Fundamentos y enfoques de la gestión responsable*. Cuaderno Forética, (1). Forética.

Fukuyama, F. (1992). *El fin de la historia y el último hombre*. Editorial Planeta.

Galdor, O. (2022). *El viaje de la Humanidad*. Editorial Destino.

Gea Izquierdo, F. (2015). *Aproximación a la sociología*. Createspace. ISBN: 1507843992.

Giddens, A. (2014). *Sociología* (7ª ed.). Alianza Editorial.

Huerta de Soto, J. (2020). *Socialismo, cálculo económico y función empresarial* (6ª ed.). Nueva Biblioteca de la Libertad; Unión Editorial.

Juhász, R., Lane, N. J., & Rodrik, D. (2023). *The new economics of industrial policy*. NBER Working Paper.

Kaplan, R. D. (2017). *La venganza de la geografía*. RBA Libros.

Laval, C., & Dardot, P. (2013). *La nueva razón del mundo. Ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Editorial Gedisa.

Lazcano, A., Ayerbe, M., & otros. (2005). El capital social de las organizaciones y su entorno: conceptualización teórica, medición e intervención en la generación del capital social. *Ekonomiaz: Revista Vasca de Economía*, (59).

López Canorea, A., Marrades, A., & González, J. (2023). *La pugna por el nuevo orden internacional*. Espasa.

Luttwak, E. (2000). *Turbocapitalismo: quienes ganan y quienes pierden en la globalización*. Crítica.

Marshall, T. (2021). *Prisioneros de la geografía*. Editorial Península.

Marzano, M. (2011). *Programados para triunfar. Nuevo capitalismo, gestión empresarial y vida privada*. Tusquets Editores.

Mayos, G. (2012). *Macrofilosofía de la globalización y del pensamiento único*. Editorial Académica Española.

National Intelligence Council. (2021). *Global Trends 2040*. Publications NIC.

Saez, E., & Zucman, G. (2021). *El triunfo de la injusticia*. Taurus Ediciones.

Segura, J. (1993). *Teoría de la economía industrial*. Editorial Civitas.

Smith, A. (1992). *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. Fondo de Cultura Económica.

Soriano, D., & Richard, N. (Anfitriones). (2019-presente). *Economía para quedarte sin amigos* [Podcast]. iVoox.

Velarde, J. (2009). *Cien años de economía española*. Editorial Encuentro.

Viteri, J., & Jácome, M. (2011). La responsabilidad social como modelo de gestión empresarial. *EIDOS*, 4, 92-100. ISSN: 1390-499X, eISSN: 1390-5007.

Wallerstein, I. (2008). *The modern world system as a capitalist world economy*. In Boli, J. (Ed.).

Zucman, G. (2013). *La riqueza escondida de las naciones. Cómo funcionan los paraísos fiscales y qué hacer con ellos*. Ediciones Siglo Veintiuno.