



Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

Prácticas éticas para la generación de valor sostenible en microempresas de la industria joyera de Jalisco.

Alberto Emmanuel Rodríguez Silva¹
Antonio de Jesús Vizcaíno*

Abstract

This work is part of a doctoral thesis in progress that analyzes the perception of ethical practices by workshops that make up SMEs in the jewelry industry of Jalisco, Mexico, and how these influence the development of sustainable value. A mixed methodology is applied, combining literature review, interviews, and surveys. The partial results allow the identification of main limitations, areas of opportunity, and the level of knowledge regarding moral norms that guide individual behavior within the sector, as well as their impact on value creation in three dimensions: economic, social, and environmental. This study aims to provide evidence on the role of personal ethics in consolidating a sustainable development model that benefits all actors across the jewelry industry's value chain.

Keywords: ethics, sustainable value, SMEs, business ethics.

Resumen

El presente trabajo corresponde a un avance de tesis doctoral que analiza la percepción de las prácticas éticas por parte de los talleres que conforman las SMEs en la industria joyera de Jalisco, México, y cómo estas influyen en el desarrollo de valor sostenible. Se utiliza una metodología mixta que combina revisión bibliográfica, entrevistas y encuestas. Los resultados parciales permiten identificar las principales limitaciones, áreas de oportunidad y el nivel de conocimiento sobre las normas morales que orientan la conducta de los individuos dentro del sector, así como su impacto en la generación de valor en tres dimensiones: económica, social y ambiental. Este estudio busca aportar evidencia sobre el papel de la ética personal en la consolidación de un modelo de desarrollo sostenible que beneficie de forma integral a todos los actores de la cadena de valor de la industria joyera.

Palabras clave: ética, valor sostenible, pymes, ética empresarial.

¹Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas, Universidad de Guadalajara

Introducción

En las últimas décadas, el entorno empresarial ha cambiado radicalmente ante el avance de la globalización, la digitalización y la creciente exigencia de consumidores, gobiernos e instituciones por modelos de negocio más sostenibles y éticos. En este contexto, surge una pregunta clave: ¿Cómo pueden las microempresas, especialmente las que operan en condiciones estructurales desiguales (financiamiento, redes de cooperación, capacitación especializada y tecnología) prosperar no solo económicamente, sino al mismo tiempo constituirse como agentes de transformación para el bienestar social y ambiental de su entorno? Esta cuestión adquiere especial relevancia en sectores profundamente arraigados en el ámbito cultural y artesanal, como la industria joyera en Jalisco, reconocida por su herencia artesanal y su peso económico, donde confluyen prácticas tradicionales con desafíos éticos, sociales y ambientales contemporáneos en sus 15 centros joyeros y más de 1,500 puntos de venta, consolidándose como el epicentro nacional en la fabricación y comercialización de joyería a nivel nacional con más de 128,500 empleos generados (Romo, 2025).

El 99% de la industria en México está constituida por microempresas y la producción de Jalisco corresponde al 60% de la producción nacional (IEEG, 2018), por su liderazgo y condiciones estructurales, suelen operar en entornos con acceso limitado a infraestructura, financiamiento, tecnología y formación empresarial. Esto las coloca en una posición de vulnerabilidad frente a empresas de mayor escala o aquellas con posiciones estructurales privilegiadas (Samán, Mendoza, Miranda, & Esparza, 2022). Sin embargo, también representan un motor clave para el desarrollo territorial: son generadoras de empleo, preservan saberes culturales, promueven la identidad local y contribuyen a la habilidad de adaptación, así como la lealtad con el cliente (Díaz, Quintana, & Fierro, 2021). Desde este sentido, su fortalecimiento no solo es deseable desde una perspectiva económica, sino también desde una visión de desarrollo social integral.

A pesar del potencial descrito en la teoría, en la práctica, muchas de estas microempresas replican prácticas insostenibles debido a la falta de orientación ética, la presión del mercado o la necesidad de sobrevivencia económica. Esta situación puede derivar en relaciones laborales precarias, procesos productivos contaminantes, opacidad comercial y la pérdida de confianza por parte de consumidores cada vez más conscientes (Dahri, et al., 2025). Frente a lo anterior, la incorporación de prácticas éticas no solo representa un acto de responsabilidad, sino también una oportunidad estratégica para construir ventajas competitivas genuinas y sostenibles (Aulia, et al., 2025).

Estudios muestran que las empresas que priorizan el bienestar de sus trabajadores, la transparencia organizacional y el compromiso ambiental, no solo fortalecen su posicionamiento, sino que también contribuyen activamente al desarrollo del territorio donde operan. Las prácticas éticas pueden actuar como un factor crítico para la innovación responsable, la reputación organizacional, el desempeño financiero y la sostenibilidad a largo plazo (Ardichvili et al., 2009; Cardoni et al., 2020; Surie & Ashley, 2008). Conceptos como el de justicia, el relativismo moral o el egoísmo ético se han explorado como variables determinantes en la toma de decisiones empresariales y en la construcción de culturas organizacionales orientadas al bien común (Ruiz Palomino et al., 2022; Xu y Smyth, 2023). Paralelamente el concepto de valor sostenible, entendido como la creación simultánea de beneficios económicos, sociales y ambientales (Elkington, 1997), se ha convertido en un referente clave para evaluar el impacto real de las empresas.

En países como México, la consolidación de modelos éticos y sostenibles en las microempresas avanza lentamente. Según el Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas (IMEF, 2021), la competitividad empresarial nacional presenta importantes rezagos, especialmente en temas como innovación, formalización y desarrollo del talento. Para el caso de la industria joyera de Jalisco, esta situación se traduce en limitaciones estructurales que frenan su capacidad de inserción en cadenas globales de valor ético y sostenible, aun cuando el sector posee un fuerte potencial de diferenciación basado en su valor cultural, estético y simbólico.

La presente investigación propone analizar cómo las prácticas éticas personales, entendidas como el conjunto de acciones y decisiones individuales guiadas por principios y normas morales, influyen en la generación de valor sostenible en microempresas de la industria joyera de Jalisco. Para ello, se retoman conceptos clave de la ética y su impacto en las decisiones y comportamientos de las personas que integran el sector, así como en los resultados económicos, sociales y ambientales que estos generan. Asimismo, se considera que la aplicación coherente de prácticas éticas por parte de los individuos puede actuar como un factor de resiliencia y diferenciación frente a las limitaciones estructurales de la industria.

El presente estudio parte de una revisión bibliométrica y teórica sobre el estado del arte de la ética, la ética empresarial y la sostenibilidad, e integra una metodología de enfoque mixto con instrumentos que se aplicarán directamente en empresas del sector joyero jalisciense. La hipótesis central sugiere que las microempresas joyeras en las que los integrantes aplican prácticas éticas personales de forma estructurada logran generar valor sostenible de manera más sólida, a partir de la confianza, la transparencia y la cooperación. Este análisis tiene como propósito ofrecer evidencia empírica y argumentos conceptuales que permitan visibilizar la ética personal como un elemento

central en la construcción de modelos de negocio más justos, transparentes y sostenibles, así como aportar información útil para el diseño de políticas públicas, estrategias empresariales y procesos de fortalecimiento en contextos económicos emergentes.

Estado del arte, bibliométrico y construcción

Este análisis bibliométrico se realizó sobre la base de datos Web of Science, con la búsqueda combinada de los términos “business ethics” y “sustainable value” en el periodo 2020-2025, generando un conjunto de 167 artículos. Mediante el uso de VOSviewer, se identificaron cuatro grandes grupos temáticos que dominan la literatura actual: responsabilidad social corporativa, la educación en negocios ligada a la sostenibilidad, economía circular y valores organizacionales, y finalmente, liderazgo ético con énfasis en innovación y modelos de negocio. Los términos más recurrentes y con mayor conexión entre ellos fueron *ethics*, *sustainability*, *business ethics* y variantes relacionadas con la responsabilidad social corporativa. La aparición de nuevos conceptos como ESG, los objetivos de desarrollo sostenible y legitimidad señala un avance en la integración de prácticas sostenibles y de gobernanza en el discurso académico.

Al analizar cada término por separado, se observó que el campo de la ética empresarial está asociado principalmente con la gestión, liderazgo y resultados organizacionales, mientras que la investigación sobre valor sostenible es más compleja, abarcando temas como economía circular, capacidades organizativas, desempeño ambiental y el uso de tecnologías digitales emergentes como la inteligencia artificial. Las publicaciones se concentran especialmente en los años recientes 2022 y 2023, lo que evidencia una rápida evolución del área.

En cuanto a la colaboración internacional, Estados Unidos, India, China e Italia son los principales productores y nodos centrales en redes de coautoría, aunque hay una creciente participación de países de Asia y América Latina. La colaboración en ética empresarial tiende a estar más concentrada en países desarrollados, mientras que la sostenibilidad muestra una red de trabajo más amplia e interdisciplinaria. Esto refleja una expansión del campo hacia perspectivas globales y multifacéticas.

En resumen, la bibliometría muestra que la ética empresarial y el valor sostenible, aunque mantienen enfoques particulares, convergen en la búsqueda de integrar la responsabilidad social, la innovación y la competitividad dentro de un marco de sostenibilidad organizacional.

Tabla 1*Principales Hallazgos del Análisis Bibliométrico*

Aspecto Analizado	Hallazgo Clave	Implicación
Clusters Temáticos (Búsqueda conjunta)	CSR, educación y sostenibilidad, economía circular y valores, liderazgo ético e innovación	Enfoques integrales de ética y sostenibilidad en la literatura reciente
Términos más frecuentes	Ethics (61), Sustainability (50), Business Ethics (32), CSR	Centrales en debates académicos actuales
Variables individuales	Business ethics vinculado a gestión, liderazgo, innovación; Sustainable value orientado a economía circular, capacidades dinámicas, desempeño ambiental	Énfasis en ética como factor estratégico; sostenibilidad con enfoque sistémico y tecnológico
Tendencias temporales	Mayor concentración de publicaciones en 2022-2023	Campo en crecimiento y actualización constante
Colaboración internacional	Liderazgo de EEUU, India, China, Italia; creciente participación de Asia y América Latina	Expansión global, especialmente en valor sostenible
Diferencias en redes de colaboración	Ética empresarial más concentrada en países desarrollados; valor sostenible más global e interdisciplinario	Diversificación y descentralización en producción científica
Conceptos emergentes	ESG, ODS, inteligencia artificial, big data, ecoinnovación	Innovación y nuevas tecnologías en la investigación sobre sostenibilidad

Fuente: Elaborada por el autor

Los resultados del análisis bibliométrico reflejan un campo académico en constante evolución, donde la ética empresarial y el valor sostenible se entrelazan para abordar los retos contemporáneos de la sostenibilidad organizacional. La identificación de temas clave como la responsabilidad social corporativa, la innovación ética y las capacidades dinámicas, junto con la aparición de conceptos emergentes como ESG y tecnologías digitales, aporta un marco sólido para contextualizar la importancia de las prácticas éticas personales en la industria joyera. Para esta tesis,

estos hallazgos subrayan la necesidad de explorar cómo las conductas éticas individuales pueden contribuir a la generación de valor sostenible en un sector con características particulares y desafíos estructurales propios. Asimismo, la diversidad geográfica y disciplinaria identificada en la colaboración internacional invita a considerar perspectivas integradoras y adaptadas al contexto local de Jalisco, fortaleciendo la pertinencia y aplicabilidad del estudio.

En la siguiente tabla se sintetizan los principales aportes teóricos y conceptuales sobre las dos variables clave de esta investigación: Valor Sostenible y Prácticas Éticas.

El valor sostenible se entiende como un enfoque integral que combina las dimensiones económica, social y ambiental, generando una ventaja competitiva a través de la innovación, la colaboración y la implementación de modelos como la economía circular y herramientas de medición sostenibles. Este concepto ha sido abordado desde diferentes perspectivas, destacando su relevancia en sectores productivos, especialmente en pymes y en la industria joyera.

Por otro lado, las prácticas éticas son reconocidas como un fundamento esencial para fortalecer la confianza, la cultura organizacional y el liderazgo transformacional, que impulsan la sostenibilidad y el desempeño responsable. Además, la ética del cuidado y la integración de valores culturales se presentan como vías para generar relaciones de cooperación y bienestar colectivo dentro de los negocios.

Ambas variables se complementan al mostrar que la ética no solo guía decisiones morales, sino que también es estratégica para la creación de valor sostenible en contextos empresariales dinámicos y desafiantes.

A continuación, se presenta una síntesis de los principales aportes conceptuales relacionados con las variables centrales de esta investigación: valor sostenible y prácticas éticas. La tabla muestra cómo diferentes autores han conceptualizado y desarrollado estas variables, así como las implicaciones que sus enfoques tienen para el análisis específico de la industria joyera en Jalisco. Este resumen permite visualizar la fundamentación teórica que sustenta la propuesta de la tesis, destacando la importancia de integrar dimensiones económicas, sociales y ambientales con principios éticos que orienten el comportamiento organizacional hacia la generación de valor sostenible en pymes del sector joyero.

Tabla 2
Principales Hallazgos por Variable

Variable	Aportes / Conceptos principales	Implicaciones para esta tesis	Autor y año
Valor Sostenible	- Integración de dimensiones económica, social y ambiental para generar valor integral.	Fundamenta la visión multidimensional del valor en la industria joyera de Jalisco, considerando factores económicos, sociales y ambientales.	Cardoni, Kiseleva & Taticchi (2020)
	Valor sostenible como ventaja competitiva y fuente de innovación que conecta sostenibilidad con estrategia empresarial.	Justifica la incorporación de innovación y estrategias sostenibles para fortalecer la competitividad de las pymes joyeras.	Hart & Milstein (2003); Manninen et al. (2023)
	Economía circular y redes colaborativas para extender el ciclo de vida y mitigar impactos negativos.	Permite proponer prácticas de economía circular y colaboración como elementos clave para la sostenibilidad en el sector joyero.	Manninen, Laukkanen & Huiskonen (2023)
	Uso de herramientas para medir desempeño sostenible, como Balanced Scorecard de sostenibilidad.	Apoya la selección de indicadores y modelos de evaluación del desempeño sostenible aplicables a las pymes joyeras.	Mio, Costantini & Panfilo (2022)
	Valor sostenible en pymes mexicanas a través de innovación orientada a la sostenibilidad.	Refiere la relevancia y viabilidad de innovaciones sostenibles en contextos de recursos limitados como las pymes de Jalisco.	Rodríguez-Espíndola et al. (2022)
	En la industria joyera, el valor sostenible implica combinar responsabilidad ambiental, social y	Resalta la importancia de integrar responsabilidad ambiental, social y económica en las	Lin & Sai (2023); Gurung (2019)

	económica para competitividad.	prácticas de las empresas joyeras locales.	
Prácticas éticas	Ética empresarial como base para fortalecer confianza, cohesión social y desempeño sostenible.	Orienta hacia la creación de culturas organizacionales éticas que fortalezcan la confianza y cohesión en las pymes joyeras.	Krishna, Dangayach & Jain (2011)
	Liderazgo ético que integra ética y pragmatismo para legitimidad y sostenibilidad de la innovación.	Sostiene la importancia del liderazgo ético para articular innovación sostenible y legitimidad en las empresas joyeras.	Surie & Ashley (2008)
	Cultura organizacional ética mejora reputación, compromiso y resultados financieros.	Refuerza el valor estratégico de la ética para mejorar la reputación y desempeño económico-social de las pymes joyeras.	Ruiz Palomino et al. (Ruiz Palomino, Ruiz Amaya, & Martinez Cañas)
	Ética del cuidado como enfoque para relaciones humanas, bienestar y cooperación en negocios sostenibles.	Propone incorporar la ética del cuidado para fortalecer el capital social y humano en las empresas joyeras, fomentando relaciones responsables.	Xu & Smyth (2023)
	Prácticas de responsabilidad social corporativa y culturales éticas mejoran el desempeño competitivo en las pymes.	Indica la relevancia de adaptar las prácticas éticas y culturales propias para mejorar la competitividad sostenible en las pymes mexicanas.	Waheed & Zhang (2022)
	Ética aplicada para enfrentar retos sociales y ambientales, y mediar implementación responsable de tecnologías (IA).	Señala la necesidad de integrar principios éticos en la adopción de tecnologías emergentes para promover sostenibilidad social en la industria.	Adler (2022); Kulkarni, Joseph & Patil (2024)
	Incorporación de valores culturales y éticos tradicionales	Sugiere la importancia de valores culturales y	Prabowo et al. (2025)

	para modelos empresariales sostenibles (ej. modelo te'seng).	éticos locales como base para desarrollar modelos empresariales sostenibles en la industria joyera.	
--	--	---	--

Fuente: Elaborada por el autor con base en: Adler (2022), Cardoni et al. (2020), Gurung (2019), Hart y Milstein (2003), Krishna et al. (2011), Kulkarni et al. (2024), Lin y Sai (2023), Manninen et al. (2023), Mio et al. (2022), Prabowo et al. (2025), Rodríguez-Espíndola et al. (2022), Ruiz Palomino et al. (2011), Surie y Ashley (2008), Waheed y Zhang (2022), Xu y Smyth (2023).

Lo expuesto en la tabla evidencia que el valor sostenible y las prácticas éticas son elementos interrelacionados y esenciales para el desarrollo responsable y competitivo de las pymes en la industria joyera. Los aportes destacados subrayan la importancia de adoptar una visión integral del valor que incluye dimensiones económicas, sociales y ambientales, promoviendo una gestión organizacional más completa y sustentable. Por otro lado, las prácticas éticas, desde el fortalecimiento de culturas basadas en la confianza hasta la implementación de liderazgos éticos y la incorporación de valores culturales locales, actúan como factores determinantes que legitiman y sostienen los procesos de innovación y sostenibilidad. Esta integración no solo mejora la reputación y el desempeño financiero, sino que también fomenta relaciones laborales y comerciales más humanas y colaborativas. Para esta tesis, estos hallazgos sugieren que la inclusión profunda y contextualizada de principios éticos en las pymes joyeras es clave para generar valor sostenible acorde con los desafíos específicos del sector en Jalisco.

Variables y dimensiones

En esta sección se abordarán y desglosan las variables centrales de esta investigación: el valor sostenible y las prácticas éticas, analizando sus principales dimensiones para ofrecer un marco conceptual claro que facilite su comprensión y aplicación en el contexto empresarial.

Para comprender a profundidad las variables de esta investigación, es fundamental desglosar las dimensiones que conforman tanto el valor sostenible como las prácticas éticas. El valor sostenible puede ser examinado desde tres perspectivas clave: ambiental, económica y social, las cuales en conjunto permiten evaluar cómo una organización genera beneficios que trascienden lo meramente financiero, considerando su impacto en el entorno natural y el bienestar de la comunidad. Por otro lado, las prácticas éticas, entendidas como conductas y principios personales aplicados en contextos empresariales, se pueden analizar mediante diversas dimensiones filosóficas que explican diferentes

formas de tomar decisiones morales. Estas dimensiones son: relativismo, egoísmo, justicia, deontología y utilitarismo.

Tabla 3
Variables, dimensiones y autores de soporte

Variable	Dimensiones	Autores
Valor Sostenible	Ambiental	Cardoni et al. (2020) Hart & Milstein (2003) Manninen et al. (2023) Rodríguez-Espíndola et al. (2022) Lin & Sai (2023)
	Económica	Hart y Milstein (2003) Rodríguez-Espíndola et al. (2022) Manninen et al. (2023)
	Social	Cardoni et al. (2020) Hart y Milstein (2003) Rodríguez-Espíndola et al. (2022) Lin y Sai (2023)
Prácticas éticas	Relativismo	Benedict (1934) Wong (2006) Gensler (2017)
	Egoísmo	Rand (1964) Rachels y Rachels (2012) Singer (1993)
	Justicia	Aristóteles (ca. 350 a.C / 2014) Rawls (1971) Sen (2009)
	Deontología	Kant (2002) Alexander y Moore (2007) Frankena (1973)
	Utilitarismo	Bentham (2000) Mill (1998) Sandel (2009)

Fuente: Elaborado por el autor con base en: Alexander y Moore (2007), Aristóteles (ca. 350 a.C./2014), Benedict (1934), Bentham (2000 [1789]), Cardoni et al. (2020), Frankena (1973), Gensler (2017), Hart y Milstein (2003), Kant (2002 [1785]), Lin y Sai (2023), Manninen et al. (2023), Mill

(1998), Rawls (1971), Rachels y Rachels (2012), Rodríguez-Espíndola et al. (2022), Sandel (2009), Sen (2009), Singer (1993), Wong (2006)

Valor Sostenible:

Este concepto abarca una integración equilibrada de tres ámbitos fundamentales. La dimensión ambiental se refiere a la gestión responsable de los recursos naturales y la minimización del impacto ecológico. La dimensión económica implica la generación de beneficios y la competitividad financiera, garantizando la viabilidad a largo plazo. Finalmente, la dimensión social se enfoca en el bienestar de las personas y las comunidades, promoviendo la equidad y la justicia social. Investigaciones actuales destacan que la sostenibilidad debe entenderse como un enfoque multidimensional donde estas tres áreas convergen para crear un valor integral y duradero en las organizaciones (Cardoni et al., 2020; Hart y Milstein, 2003; Manninen et al., 2023; Rodríguez-Espíndola et al., 2022).

Dimensiones de las prácticas éticas:

- *Relativismo*: Esta perspectiva sostiene que los juicios éticos y normas morales no son universales, sino que dependen de las tradiciones, valores y contextos culturales propios de cada sociedad. La moralidad, por tanto, es un constructo social que varía según las circunstancias históricas y culturales (Benedict, 1934; Wong, 2006). Aunque facilita la comprensión de la diversidad moral, debe equilibrarse con criterios críticos que garanticen la justicia y el bienestar común (Gensler, 2017).
- *Egoísmo*: Según esta postura, una acción es moralmente correcta si beneficia al propio individuo, promoviendo su bienestar personal. Esta ética normativa plantea que la búsqueda del interés propio es legítima siempre y cuando no afecte negativamente a otros (Rand, 1964). Sin embargo, su limitación radica en la dificultad para fundamentar normas colectivas que aseguren equidad social (Rachels y Rachels, 2012; Singer, 1993).
- *Justicia*: Se fundamenta en la equidad y el respeto por los derechos de todas las personas, buscando una distribución justa de beneficios y responsabilidades. Teóricos clásicos y contemporáneos han desarrollado esta dimensión considerando tanto la igualdad como la capacidad de cada individuo para ejercer sus derechos y desarrollar su potencial (Aristóteles, ca. 350 a.C/2014; Rawls, 1971; Sen, 2009).
- *Deontología*: Centrada en el cumplimiento de deberes y normas morales independientemente de las consecuencias, esta ética enfatiza la adhesión a principios universales de respeto y

dignidad humana (Kant, 2002 [1785]). Aunque su rigidez ha sido cuestionada, ofrece un marco sólido para la integridad y coherencia moral en la toma de decisiones (Alexander y Moore, 2007; Frankena, 1973).

- *Utilitarismo*: Esta teoría evalúa la moralidad de las acciones basándose en sus resultados, buscando maximizar el bienestar y minimizar el sufrimiento del mayor número de personas. Aunque es una ética pragmática, enfrenta críticas en relación con posibles sacrificios de derechos individuales en aras del bien común (Bentham, 2000 [1789]; Mill, 1998; Sandel, 2009).

Conclusiones y perspectivas futuras

Se ha presentado una exposición detallada de las variables fundamentales de valor sostenible y prácticas éticas, desglosando sus respectivas dimensiones conceptuales. La comprensión integral de las dimensiones ambiental, económica y social resulta indispensable para analizar el valor sostenible, mientras que las perspectivas éticas de relativismo, egoísmo, justicia, deontología y utilitarismo permiten abordar con rigor las prácticas éticas desde un enfoque personal y organizacional.

Este marco teórico robusto sienta las bases para un análisis riguroso en la industria joyera de Jalisco, facilitando la comprensión de cómo estas variables interaccionan y se manifiestan en contextos empresariales específicos, particularmente en pequeñas y medianas empresas.

Los próximos pasos de la investigación consistirán en la aplicación empírica de este marco conceptual a través del análisis de casos y datos obtenidos en el sector joyero, con el objetivo de validar y profundizar en la relación entre prácticas éticas y generación de valor sostenible. Asimismo, se buscará identificar mecanismos y estrategias que permitan fortalecer la sostenibilidad integral y la ética empresarial, contribuyendo a la competitividad responsable y duradera del sector.

Referencias

- Adler, A. H. (2022). La importancia de las éticas aplicadas para la sostenibilidad y la responsabilidad social. *Responsibility and Sustainability*, 7(1), 3–10.
- Alexander, L., & Moore, M. (2007). Deontological ethics. En E. N. Zalta (Ed.), *The Stanford encyclopedia of philosophy* (Edición de invierno). Stanford University. <https://plato.stanford.edu/archives/win2007/entries/ethics-deontological/>
- Ardichvili, A., Mitchell, J., & Jondle, D. (2009). Characteristics of ethical business cultures. *Journal of Business Ethics*, 85(4), 445–459. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9782-4>
- Aristóteles. (2014). **Ética a Nicómaco** (ca. 350 a.C.). Alianza Editorial.

- Aulia, M., Afiff, A., Hati, S., & Gayatri, G. (2025). Ethics and sustainable government bonds: The retail investors' perspective. *Sustainable Futures*, 9, 100499. <https://doi.org/10.1016/j.susfut.2025.100499>
- Benedict, R. (1934). *Patterns of culture*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Bentham, J. (2000). *An introduction to the principles of morals and legislation* (Publicado originalmente en 1789). Dover Publications.
- Cardoni, A., Kiseleva, E., & Taticchi, P. (2020). In search of sustainable value: A structured literature review. *Sustainability*, 12(2), 615. <https://doi.org/10.3390/su12020615>
- Dahri, A., Saraih, U., Rehman, J., Salameh, A., & Namisango, F. (2025). Deriving green competitive advantage in SMEs: A sustainable firm performance perspective. *Sustainable Futures*, 9, 100618. <https://doi.org/10.1016/j.susfut.2025.100618>
- Díaz, G., Quintana, M., & Fierro, D. (2021). La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(2), 145–161. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n2.2021.1667>
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone.
- Frankena, W. K. (1973). *Ethics*. Prentice Hall.
- Gensler, H. J. (2017). *Ethics: A contemporary introduction*. Routledge.
- Gurung, P. (2019). Integrating sustainability into jewelry business: Case X - Jewelers. *International Business Management*, 13(9), 385–393.
- Hart, S. L., & Milstein, M. B. (2003). Creating sustainable value. *Academy of Management Perspectives*, 17(2), 56–67. <https://doi.org/10.5465/ame.2003.10025194>
- Instituto de Información Estadística y Geográfica. (2018). Industria joyera en Jalisco. https://www.iiég.gob.mx/contenido/Economia/fs_joyeria.pdf
- Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas. (2021). *Índice de competitividad internacional*. <https://www.imef.org.mx/wp-content/uploads/2022/09/ponencia-imef-2021.pdf>
- Kant, I. (2002). *Groundwork for the metaphysics of morals* (J. B. Schneewind, Ed.). Yale University Press. (Publicado originalmente en 1785).
- Krishna, A., Dangayach, G., & Jain, R. (2011). Business ethics: A sustainability approach. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 25, 281–286. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.10.546>
- Kulkarni, A., Joseph, S., & Patil, K. (2024). Artificial intelligence technology readiness for social sustainability and business ethics: Evidence from MSMEs in developing nations. *International Journal of Information Management Data Insights*, 4(2), 100228. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2024.100228>

- Lin, Y., & Sai, N. (2023). Ethics and sustainability in the jewellery industry. *Ethics*, 7(3), 45–62. <https://doi.org/10.3390/ethics7030021>
- Manninen, K., Laukkanen, M., & Huiskonen, J. (2023). Framework for sustainable value creation: A synthesis of fragmented sustainable business model literature. *Management Research Review*, 47(1), 99–122. <https://doi.org/10.1108/MRR-08-2022-0569>
- Mill, J. S. (1998). *Utilitarianism* (Publicado originalmente en 1863). Oxford University Press.
- Mio, C., Costantini, A., & Panfilo, S. (2022). Performance measurement tools for sustainable business: A systematic literature review on the sustainability balanced scorecard use. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(2), 367–384. <https://doi.org/10.1002/csr.2207>
- Prabowo, M., Meutia, M., Mulyasari, W., & Yulianto, A. (2025). Business ethics of te'seng in the agricultural sector in Indonesia. *Salud, Ciencia y Tecnología - Serie de Conferencias*, 4, 1429. <https://doi.org/10.56294/saludcyt20251429>
- Rachels, J., & Rachels, S. (2012). *The elements of moral philosophy*. McGraw-Hill.
- Rand, A. (1964). *The virtue of selfishness: A new concept of egoism*. Signet.
- Rawls, J. (1971). *A theory of justice*. Harvard University Press.
- Rodríguez-Espíndola, O., Cuevas-Romo, A., Chowdhury, S., Diaz-Acevedo, N., Albores, P., Despoudi, S., & Dey, P. (2022). The role of circular economy principles and sustainable-oriented innovation to enhance social, economic and environmental performance: Evidence from Mexican SMEs. *International Journal of Production Economics*, 248, 108495. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2022.108495>
- Romo, P. (2025, abril 10). *Industria joyera de Jalisco apuesta por internacionalización*. El Economista. <https://www.economista.com.mx/estados/industria-joyera-jalisco-apuesta-internacionalizacion-crijpej-20250410-754462.html>
- Ruiz Palomino, P., Ruiz Amaya, C., & Martínez Cañas, R. (2012). Cultura organizacional ética y generación de valor sostenible. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 18(1), 17–31. <https://doi.org/10.1016/j.iedee.2011.09.002>
- Ruiz-Palomino, P., Martínez-Cañas, R., & Jiménez, P. (2021). How does ethics impact employee outcomes in organizations? The role of individual ethical judgment and behavior. *Journal of Business Research*, 139, 918–930. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.10.054>
- Samán, S., Mendoza, W., Miranda, M., & Esparza, R. (2022). Resiliencia y competitividad empresarial: Una revisión sistemática, periodo 2011–2021. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(3), 306–317. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i3.38354>
- Sandel, M. J. (2009). *Justice: What's the right thing to do?* Farrar, Straus and Giroux.
- Sen, A. (2009). *The idea of justice*. Harvard University Press.
- Singer, P. (1993). *Practical ethics*. Cambridge University Press.

- Surie, G., & Ashley, A. (2008). Integrating pragmatism and ethics in entrepreneurial leadership for sustainable value creation. *Journal of Business Ethics*, 81(2), 235–246. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9491-4>
- Waheed, A., & Zhang, Q. (2022). Effect of CSR and ethical practices on sustainable competitive performance: A case of emerging markets from stakeholder theory perspective. *Journal of Business Ethics*, 175(4), 837–855. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04652-6>
- Wong, D. B. (2006). *Natural moralities: A defense of pluralistic relativism*. Oxford University Press.
- Xu, J., & Smyth, H. (2023). The ethics of care and wellbeing in project business: From instrumentality to relationality. *International Journal of Project Management*, 41(1), 102431. <https://doi.org/10.1016/j.ijproman.2022.102431>