

Fundamentos y Aplicación del Código de Ética en la Empresa

Fundamentos y Aplicación del Código de Ética en la Empresa

El contenido de esta publicación se puede citar o reproducir con propósitos académicos siempre y cuando se dé la fuente o procedencia.

Las imágenes contenidas en el presente documento respetan los derechos de autor de sus creadores, las cuales fueron desarrolladas o citadas por los autores.

Autor: Fabio Enrique Moya Martínez

©Corporación Universitaria de Asturias.

Bogotá, D.C.

2024.

Esta publicación no refleja las opiniones de la Corporación Universitaria de Asturias, instituciones de la RED SUMMA o de las afiliaciones de los autores.

Citar este documento.

Apellido del docente, Iniciales nombre. (Año). Título del tema. Corporación Universitaria de Asturias

Moya, F. (2024). Fundamentos y Aplicación del Código de Ética en la Empresa. Corporación Universitaria de Asturias.

Índice

1	Introducción al Código de Ética Empresarial: Definición y Propósito	4
1.1	Definición de un Código de Ética Empresarial.....	4
1.2	Propósito y beneficios de un Código de Ética en la empresa	5
1.2.1	Beneficios de un Código de Ética en la Empresa:.....	5
2	Principios Éticos Fundamentales en la Empresa	6
2.1	Identificación y descripción de principios éticos universales	6
2.1.1	Principios Éticos Universales:	6
2.2	Adaptación de principios éticos a la cultura organizacional	7
3	Elaboración y Diseño de un Código de Ética Empresarial	8
3.1	Proceso de elaboración de un Código de Ética	8
3.1.1	Pasos en el Proceso de Elaboración:.....	8
3.2	Elementos clave en el diseño de un Código de Ética	9
4	Implementación y Comunicación del Código de Ética en la Empresa.....	10
4.1	Estrategias para la implementación efectiva del Código de Ética	10
4.2	Métodos de comunicación interna y externa del Código de Ética.....	11
5	Evaluación y Mejora Continua del Código de Ética Empresarial	12
5.1	Métodos de evaluación de la efectividad del Código de Ética.....	13
5.2	Proceso de mejora continua del Código de Ética en la empresa.....	13
6	Conclusiones.....	14
7	Bibliografía Recomendada	15

Objetivos

- Comprender la importancia y el propósito de un código de ética empresarial en el contexto organizacional, identificando su función en la promoción de conductas éticas y la gestión de riesgos.
- Analizar los principios éticos fundamentales que deben guiar la elaboración y diseño de un código de ética empresarial, destacando su relevancia para establecer normas de comportamiento y valores corporativos.
- Identificar las etapas clave en la implementación, comunicación, evaluación y mejora continua de un código de ética empresarial, reconociendo la importancia de estos procesos para asegurar su efectividad y relevancia en la empresa.

1 Introducción al Código de Ética Empresarial: Definición y Propósito

La ética empresarial es un aspecto fundamental en la gestión de cualquier organización, ya que establece los principios y valores que guían su comportamiento y decisiones. En este contexto, un Código de Ética Empresarial es un documento que define los estándares éticos y las normas de conducta que deben seguirse en la empresa. Su propósito es promover una cultura organizacional basada en la integridad, la transparencia y el respeto, lo que contribuye a fortalecer la reputación y la confianza tanto interna como externamente.

1.1 Definición de un Código de Ética Empresarial

La ética empresarial es un concepto fundamental en la gestión de cualquier organización, ya que establece los principios y valores que guían su comportamiento y decisiones. En este contexto, un Código de Ética Empresarial es un documento que define los estándares éticos y las normas de conducta que deben seguirse en la empresa. Su propósito es promover una cultura organizacional basada en la integridad, la transparencia y el respeto, lo que contribuye a fortalecer la reputación y la confianza tanto interna como externamente.

Ejemplo:

En 1982, la compañía se enfrentó a una crisis cuando siete personas murieron en Chicago después de tomar Tylenol, uno de sus productos estrella, que había sido envenenado con cianuro. En lugar de intentar ocultar la situación, Johnson & Johnson actuó con rapidez y transparencia, retirando todos los productos de Tylenol del mercado y trabajando en estrecha colaboración con las autoridades para resolver el problema.

Este caso ilustra cómo un Código de Ética Empresarial puede guiar las acciones de una empresa en momentos de crisis, asegurando que se tomen decisiones éticas que protejan la seguridad y el bienestar de los consumidores. En última instancia, la rápida respuesta de Johnson & Johnson y su compromiso con la ética empresarial ayudaron a restaurar la confianza del público en la empresa y en sus productos.

1.2 Propósito y beneficios de un Código de Ética en la empresa

Un Código de Ética en la empresa es un documento que establece los principios y normas de conducta que deben seguir los empleados y directivos en su actividad laboral. Su propósito es promover una cultura organizacional basada en la integridad, la transparencia y el respeto, lo que contribuye a fortalecer la reputación y la confianza tanto interna como externamente.

1.2.1 Beneficios de un Código de Ética en la Empresa:

Orientación en la Toma de Decisiones: Un Código de Ética proporciona orientación a los empleados y directivos en la toma de decisiones éticas en situaciones complejas o controvertidas.

- **Fomento de la Confianza:** Al seguir un código ético, la empresa demuestra su compromiso con valores como la honestidad, la integridad y el respeto, lo que ayuda a fomentar la confianza tanto dentro como fuera de la organización.
- **Mejora de la Reputación:** Un código ético sólido puede mejorar la reputación de la empresa, haciéndola más atractiva para clientes, inversores y empleados potenciales.
- **Prevención de Conflictos de Intereses:** El código ético ayuda a prevenir conflictos de intereses al establecer normas claras sobre cómo manejar situaciones en las que los intereses personales puedan entrar en conflicto con los de la empresa.

- **Cumplimiento Legal y Regulatorio:** Un código ético puede ayudar a garantizar el cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables, protegiendo así a la empresa de posibles sanciones legales.

Ejemplo:

La empresa ha establecido un código ético sólido que ha sido fundamental en la construcción de su reputación como una empresa ética y responsable. Esto ha contribuido a atraer a talentosos empleados y a ganar la confianza de sus usuarios y socios comerciales. En situaciones difíciles, como la censura en China o las preocupaciones sobre la privacidad de los datos, Google ha utilizado su código ético como guía para tomar decisiones que reflejen sus valores fundamentales.

2 Principios Éticos Fundamentales en la Empresa

Los principios éticos fundamentales en la empresa son los valores universales que orientan su comportamiento y decisiones. Estos principios incluyen la honestidad, la integridad, la responsabilidad, la equidad y el respeto por los demás. Al aplicar estos principios en su actividad diaria, las empresas pueden construir relaciones sólidas con sus empleados, clientes, proveedores y la comunidad en general, lo que contribuye a su sostenibilidad y éxito a largo plazo.

2.1 Identificación y descripción de principios éticos universales

Los principios éticos universales son normas o valores fundamentales que se consideran aplicables en cualquier contexto cultural o social. Estos principios son fundamentales en la elaboración y aplicación de un código de ética empresarial, ya que proporcionan una base sólida para guiar el comportamiento ético en la empresa.

2.1.1 Principios Éticos Universales:

- **Honestidad:** Ser honesto en todas las interacciones y transacciones, evitando la falsedad, el engaño y la manipulación.
- **Integridad:** Actuar de manera íntegra y coherente con los valores y principios éticos, manteniendo la coherencia entre lo que se dice y se hace.
- **Respeto:** Respetar la dignidad, los derechos y las opiniones de los demás, independientemente de sus diferencias.

- **Justicia:** Actuar con imparcialidad y equidad, tratando a todas las personas de manera justa y respetando sus derechos.
- **Responsabilidad:** Asumir la responsabilidad de las propias acciones y decisiones, asumiendo las consecuencias de las mismas.

Ejemplo:

Un ejemplo de la aplicación de principios éticos universales en la empresa es el caso de Patagonia, una empresa de ropa outdoor. Patagonia ha establecido un sólido código de ética empresarial que se basa en principios como la honestidad, la integridad y el respeto por el medio ambiente. La empresa ha demostrado su compromiso con estos principios a través de acciones como la adopción de prácticas sostenibles en la fabricación de sus productos y la transparencia en sus operaciones. Esto ha contribuido a la reputación de Patagonia como una empresa ética y responsable, lo que a su vez ha fortalecido su relación con los clientes y la comunidad en general.

2.2 Adaptación de principios éticos a la cultura organizacional

La adaptación de principios éticos a la cultura organizacional es un proceso clave para garantizar que un código de ética empresarial sea efectivo y relevante en un entorno específico. Esto implica identificar los principios éticos universales y luego adaptarlos para que se ajusten a la cultura, los valores y las normas de comportamiento de la empresa.

Ejemplo:

Una empresa que ha logrado adaptar con éxito los principios éticos a su cultura organizacional es Zappos, conocida por su cultura empresarial única. Zappos ha integrado principios éticos como la transparencia, la honestidad y el respeto en su cultura organizacional de una manera que resuena con sus empleados y clientes. Por ejemplo, la empresa ha establecido un sistema de valores que incluye principios como "Crear diversión y un poco de rareza" y "Ser apasionado y decidido". Estos valores se reflejan en la forma en que la empresa trata a sus empleados y clientes, lo que ha contribuido a su éxito y reputación como una empresa ética y orientada al servicio al cliente.

3 Elaboración y Diseño de un Código de Ética Empresarial

La elaboración y diseño de un Código de Ética Empresarial requiere la participación de todos los miembros de la organización. Este proceso implica identificar los valores y principios éticos importantes para la empresa y definir las normas de conducta que deben seguirse en diferentes situaciones. Un Código de Ética bien diseñado debe ser claro, conciso, relevante y fácilmente comprensible para todos los empleados.

3.1 Proceso de elaboración de un Código de Ética

El proceso de elaboración de un Código de Ética es un paso fundamental para establecer las normas de conducta ética en una empresa. Este proceso involucra varios pasos clave que van desde la identificación de los valores y principios éticos fundamentales hasta la redacción y difusión del código entre los empleados.

3.1.1 Pasos en el Proceso de Elaboración:

- **Identificación de Valores y Principios Éticos:** El primer paso en el proceso es identificar los valores y principios éticos que son importantes para la empresa. Esto puede incluir la honestidad, la integridad, el respeto y la responsabilidad.
- **Consultas y Participación:** Es importante involucrar a los empleados, directivos y otras partes interesadas en el proceso de elaboración del código. Esto asegura que el código refleje las necesidades y valores de la organización en su conjunto.
- **Redacción del Código:** Una vez identificados los valores y principios éticos, se procede a redactar el código. El código debe ser claro, conciso y fácil de entender para todos los empleados.
- **Revisión y Aprobación:** Una vez redactado, el código debe ser revisado y aprobado por la alta dirección y, en algunos casos, por la junta directiva de la empresa.
- **Una vez aprobado, el código debe implementarse en la organización y comunicado a todos los empleados.** Esto puede incluir la realización de sesiones de formación y la creación de materiales de comunicación.
- **Evaluación y Actualización:** Finalmente, el código debe ser evaluado regularmente para asegurar su efectividad y relevancia. Se deben realizar

actualizaciones según sea necesario para reflejar cambios en la empresa o en su entorno.

Ejemplo:

La empresa ha establecido un comité de ética que se encarga de identificar y redactar los principios éticos que deben guiar el comportamiento de los empleados. Este comité se basa en los valores fundamentales de la empresa, como la integridad y la responsabilidad, para elaborar un código claro y comprensible para todos los empleados. Una vez elaborado, el código se comunica a través de sesiones de formación y materiales de comunicación para asegurar su implementación efectiva en toda la organización.

3.2 Elementos clave en el diseño de un Código de Ética

El diseño de un Código de Ética empresarial es fundamental para promover una cultura organizacional basada en la integridad y el respeto. Para que un código sea efectivo, debe incluir ciertos elementos clave que lo hagan relevante y aplicable a la realidad de la empresa.

- **Valores y Principios Éticos Fundamentales:** El código debe establecer los valores y principios éticos que guiarán el comportamiento de los empleados y directivos. Estos valores deben ser coherentes con la misión y visión de la empresa.
- **Normas de Conducta:** El código debe incluir normas claras de conducta que especifiquen cómo los empleados deben comportarse en diferentes situaciones. Esto puede incluir normas sobre conflictos de interés, regalos y hospitalidades, y comportamiento en el lugar de trabajo.
- **Responsabilidades y Obligaciones:** El código debe establecer las responsabilidades y obligaciones de los empleados y directivos en relación con la ética empresarial. Esto puede incluir la responsabilidad de reportar conductas éticamente cuestionables y la obligación de actuar con integridad en todas las interacciones.
- **Procedimientos de Denuncia y Resolución de Conflictos:** El código debe incluir procedimientos claros para denunciar conductas éticamente cuestionables y para resolver conflictos éticos de manera justa y eficaz.
- **Capacitación y Sensibilización:** El código debe incluir programas de capacitación y sensibilización para asegurar que todos los empleados comprendan y sigan el código de manera efectiva.

Ejemplo:

El Código de Ética de Microsoft establece los valores fundamentales de la empresa, como la integridad y el respeto, y proporciona normas claras de conducta para los empleados en áreas como el respeto a la privacidad y la protección de la propiedad intelectual. El código también incluye procedimientos para denunciar conductas éticamente cuestionables y para resolver conflictos éticos de manera justa y eficaz. Microsoft también ofrece programas de capacitación y sensibilización para garantizar que todos los empleados comprendan y sigan el código.

4 Implementación y Comunicación del Código de Ética en la Empresa

La implementación y comunicación del Código de Ética en la empresa son pasos cruciales para asegurar su efectividad. **La implementación implica la integración del código en todas las áreas de la organización, así como la asignación de responsabilidades claras para su cumplimiento.** Por otro lado, la comunicación del código implica informar a todos los empleados sobre su existencia, contenido y relevancia, así como fomentar la discusión y el debate sobre temas éticos en la empresa.

4.1 Estrategias para la implementación efectiva del Código de Ética

La implementación efectiva de un Código de Ética en una empresa es fundamental para asegurar que los valores y principios éticos se reflejen en el comportamiento de los empleados y directivos. Para lograrlo, es importante seguir ciertas estrategias que faciliten su adopción y cumplimiento en toda la organización.

1. **Comunicación Clara y Constante:** Es fundamental comunicar el Código de Ética de manera clara y constante a todos los empleados. Esto puede incluir reuniones informativas, materiales de capacitación y comunicaciones escritas.
2. **Formación y Capacitación:** Proporcionar formación y capacitación regular a los empleados sobre el contenido y la importancia del Código de Ética. Esto ayuda a asegurar que todos comprendan y sigan las normas éticas establecidas.

3. **Liderazgo Ejemplar:** Los líderes de la empresa deben dar ejemplo en cuanto a la ética empresarial, demostrando un comportamiento ético en todas sus acciones y decisiones.
4. **Establecimiento de Procedimientos de Denuncia:** Es importante establecer procedimientos claros y accesibles para que los empleados puedan denunciar conductas éticamente cuestionables de manera segura y confidencial.
5. **Incentivos y Reconocimiento:** Reconocer y recompensar a aquellos empleados que demuestren un compromiso con el cumplimiento del Código de Ética puede ser una estrategia efectiva para fomentar su adopción.

Ejemplo:

La empresa ha establecido un programa de formación y capacitación regular para todos sus empleados sobre el contenido y la importancia del Código de Ética. Además, IBM ha implementado un sistema de denuncias confidencial para que los empleados puedan reportar conductas éticamente cuestionables de manera segura. Estas estrategias han contribuido a crear una cultura organizacional basada en la integridad y el respeto en toda la empresa.

4.2 Métodos de comunicación interna y externa del Código de Ética

La comunicación efectiva del Código de Ética es fundamental para asegurar su comprensión y cumplimiento por parte de los empleados y otras partes interesadas. Para lograrlo, es necesario utilizar métodos adecuados tanto de comunicación interna como externa.

Comunicación Interna:

- **Reuniones y Sesiones Informativas:** Organizar reuniones y sesiones informativas para explicar el contenido y la importancia del Código de Ética a los empleados.
- **Material Impreso:** Distribuir material impreso, como folletos o guías, que resuman los puntos clave del Código de Ética y proporcionen ejemplos prácticos.
- **Plataforma en Línea:** Utilizar una plataforma en línea para acceder al Código de Ética, donde los empleados puedan consultarlo en cualquier momento y lugar.

- **Correo Electrónico:** Enviar correos electrónicos periódicos recordando la importancia del cumplimiento del Código de Ética y destacando casos de éxito.

Comunicación Externa:

- **Página Web:** Publicar el Código de Ética en la página web de la empresa para que sea accesible al público en general.
- **Comunicados de Prensa:** Emitir comunicados de prensa para informar a los medios de comunicación sobre la adopción y el cumplimiento del Código de Ética.
- **Redes Sociales:** Utilizar las redes sociales para compartir información sobre el Código de Ética y promover una imagen positiva de la empresa.
- **Informes Anuales:** Incluir información sobre el Código de Ética en los informes anuales de la empresa, destacando los logros y mejoras en materia ética.

Ejemplo:

Internamente, Google organiza reuniones periódicas para discutir el Código de Ética con sus empleados y utiliza una plataforma en línea para acceder al código en cualquier momento. Externamente, Google publica su Código de Ética en su página web y emite comunicados de prensa para informar a los medios de comunicación sobre sus prácticas éticas. Esto ayuda a mantener a los empleados y al público informados sobre los valores y principios éticos de la empresa.

5 Evaluación y Mejora Continua del Código de Ética Empresarial

La evaluación y mejora continua del Código de Ética Empresarial son procesos que permiten identificar posibles áreas de mejora y garantizar su adaptación a los cambios en el entorno empresarial. La evaluación puede realizarse a través de encuestas, entrevistas, revisiones de políticas y procedimientos, entre otros métodos. A partir de los resultados de la evaluación, se pueden identificar áreas de mejora y tomar medidas correctivas para fortalecer el código y su aplicación en la empresa.

5.1 Métodos de evaluación de la efectividad del Código de Ética

Evaluar la efectividad del Código de Ética es fundamental para garantizar que cumpla su objetivo de promover una conducta ética en la empresa. Existen varios métodos que pueden utilizarse para evaluar su efectividad y hacer los ajustes necesarios para mejorarlo.

1. **Encuestas y Cuestionarios:** Realizar encuestas periódicas entre los empleados para evaluar su conocimiento y comprensión del Código de Ética, así como su percepción sobre su efectividad.
2. **Entrevistas y Grupos de Enfoque:** Realizar entrevistas y grupos de enfoque con empleados y directivos para obtener retroalimentación cualitativa sobre el impacto del Código de Ética en el comportamiento y la cultura organizacional.
3. **Auditorías Éticas:** Realizar auditorías éticas para identificar posibles violaciones al Código de Ética y evaluar la efectividad de los procedimientos de denuncia y cumplimiento.
4. **Indicadores de Desempeño Ético:** Establecer indicadores de desempeño ético para medir el impacto del Código de Ética en áreas como la integridad, la transparencia y la responsabilidad.
5. **Comparación con Benchmarking:** Comparar el Código de Ética y su implementación con las mejores prácticas de otras empresas del mismo sector para identificar áreas de mejora.

Ejemplo:

P&G realiza encuestas periódicas entre sus empleados para evaluar su conocimiento y comprensión del Código de Ética, así como su percepción sobre su efectividad. Además, la empresa realiza auditorías éticas regulares para identificar posibles violaciones al código y evaluar la efectividad de sus procedimientos de denuncia y cumplimiento. Estos métodos han permitido a P&G mantener una cultura empresarial ética y transparente.

5.2 Proceso de mejora continua del Código de Ética en la empresa

El proceso de mejora continua del Código de Ética es fundamental para adaptarlo a los cambios en el entorno empresarial y garantizar su efectividad a lo largo del tiempo. Este proceso involucra la revisión periódica del código, la identificación de áreas de mejora y la implementación de acciones correctivas.

1. **Revisión Periódica:** Es importante revisar el Código de Ética de forma periódica para asegurar que sigue siendo relevante y efectivo en el contexto actual de la empresa y su entorno.
2. **Identificación de Áreas de Mejora:** Durante la revisión, es importante identificar áreas del código que puedan ser mejoradas para fortalecer su impacto en la conducta ética de los empleados y directivos.
3. **Consulta y Participación:** Involucrar a los empleados, directivos y otras partes interesadas en el proceso de mejora del código para asegurar que refleje las necesidades y valores de la organización en su conjunto.
4. **Implementación de Acciones Correctivas:** Una vez identificadas las áreas de mejora, es importante implementar acciones correctivas para fortalecer el código y mejorar su efectividad.
5. **Evaluación de Resultados:** Después de implementar las acciones correctivas, es importante evaluar los resultados para asegurar que hayan tenido el impacto deseado en la conducta ética de la empresa.

Ejemplo:

Toyota revisa periódicamente su Código de Ética para asegurar que sigue siendo relevante y efectivo. Durante la revisión, la empresa consulta a sus empleados, directivos y otras partes interesadas para identificar áreas de mejora. Una vez identificadas, Toyota implementa acciones correctivas, como programas de capacitación adicionales o cambios en los procedimientos de denuncia, para fortalecer su código y mejorar su efectividad. Este proceso de mejora continua ha permitido a Toyota mantener una cultura empresarial ética y transparente a lo largo del tiempo.

6 Conclusiones

- El análisis detallado de los diferentes aspectos del código revela que su definición clara y su propósito bien establecido son la base de su efectividad. Además, se destaca que los beneficios de implementar un código de ética van más allá de simplemente cumplir con normas y regulaciones, ya que también contribuye a fortalecer la reputación y la cultura organizacional.

- En cuanto a los principios éticos fundamentales, se concluye que es crucial identificar y describir los principios éticos universales, adaptándolos de manera adecuada a la cultura organizacional. Esto asegura que el código sea relevante y aplicable a la realidad de la empresa, promoviendo así una conducta ética en todos los niveles.
- El proceso de elaboración y diseño de un código de ética se revela como un proceso detallado que requiere una planificación cuidadosa y la participación activa de todos los miembros de la organización. Los pasos en este proceso deben seguirse con atención para garantizar que el resultado sea un código claro, comprensible y efectivo.
- La implementación y comunicación del código de ética son aspectos críticos para su éxito. Estrategias efectivas de implementación y métodos de comunicación interna y externa deben ser empleados para asegurar que todos los empleados estén informados y comprometidos con el cumplimiento del código.
- Se destaca la importancia de evaluar continuamente la efectividad del código de ética y de implementar un proceso de mejora continua. Esto garantiza que el código siga siendo relevante y efectivo en un entorno empresarial en constante evolución, promoviendo así una cultura ética sólida y duradera en la empresa.

7 Bibliografía Recomendada

- Vidal Martínez, I. (2014). Responsabilidad social sostenibilidad GRI e ISO 26000. FC Editorial.
<https://www.digitaliapublishing.com/a/37898>
- Pagola Carte, J. (2017). Ética profesional para una comunicación como encuentro. Biblioteca Nueva.
<https://www.digitaliapublishing.com/a/51138>
- Vega Centeno, M. (2017). Ética y deontología: la universidad, la ética profesional y el desarrollo. Pontificia Universidad Católica de Perú.
<https://www.digitaliapublishing.com/a/51239>

- Barrio Fraile, E. (2019). Responsabilidad social corporativa: De la noción a la gestión. Universitat Oberta de Catalunya.
<https://www.digitaliapublishing.com/a/61733>
- Jiménez Nicholls, M. (2019). De trabajadores a proveedores: la responsabilidad social empresarial y la tercerización laboral en los ingenios azucareros. Universidad del Rosario.
<https://www.digitaliapublishing.com/a/65217>
- Aguilera, R. V., Rupp, D. E., Williams, C. A., & Ganapathi, J. (2007). Restaurando la "S" en la responsabilidad social corporativa: Una teoría multinivel del cambio social en las organizaciones. *Academy of Management Review*, 32(3), 836-863.
- Beauchamp, T. L., & Bowie, N. E. (2004). *Teoría ética y negocio*. Pearson Prentice Hall.
- Carroll, A. B. (1991). La pirámide de la responsabilidad social corporativa: Hacia la gestión moral de los grupos de interés organizacionales. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Ferrell, O. C., Fraedrich, J., & Ferrell, L. (2013). *Ética empresarial: Toma de decisiones éticas y casos*. Cengage Learning.
- Fisher, C. M. (2005). *Investigar y redactar una tesis para estudiantes de negocios*. Financial Times Prentice Hall.
- Frederick, R. E. (2006). *¡Corporación, sé buena! La historia de la responsabilidad social corporativa*. Dog Ear Publishing.
- Johnson, C. E. (2005). *Ética en el lugar de trabajo: Herramientas y tácticas para la transformación organizacional*. SAGE Publications.
- Jones, T. M. (1991). Toma de decisiones éticas por individuos en organizaciones: Un modelo dependiente del problema. *Academy of Management Review*, 16(2), 366-395.
- Kolk, A. (2008). Sostenibilidad, responsabilidad y gobierno corporativo: Explorando las prácticas de informe de las multinacionales. *Business Strategy and the Environment*, 17(1), 1-15.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Responsabilidad social corporativa: Haciendo el mayor bien para tu empresa y tu causa*. John Wiley & Sons.

- Lantos, G. P. (2001). Los límites de la responsabilidad social corporativa estratégica. *Journal of Consumer Marketing*, 18(7), 595-632.
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Responsabilidad social corporativa: Una perspectiva de teoría de la empresa. *Academy of Management Review*, 26(1), 117-127.
- Schwartz, M. S. (2004). Códigos de ética corporativos efectivos: Percepciones de los usuarios del código. *Journal of Business Ethics*, 55(4), 323-343.
- Treviño, L. K., & Nelson, K. A. (2016). *Gestión de la ética empresarial: Consejos directos sobre cómo hacerlo bien*. John Wiley & Sons.
- Waddock, S. A., & Bodwell, C. (2007). Manejando la responsabilidad: ¿Qué se puede aprender del movimiento de calidad? *California Management Review*, 49(2), 22-49.

Red SUMMA