

**CONTRIBUCIÓN DE LAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y
LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN EN EL SECTOR
TELECOMUNICACIONES – REVISIÓN BIBLIOGRAFICA**

Por:

**José Francisco Albor Castillo
María Cristina Guzmán Parra**



**Universidad Simón Bolívar
Maestría en Administración de empresas e Innovación
Barranquilla
2020**

**CONTRIBUCIÓN DE LAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y
LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN EN EL SECTOR
TELECOMUNICACIONES – REVISIÓN BIBLIOGRAFICA**

Por:

Jose Francisco Albor Castillo

María Cristina Guzmán Parra

Trabajo de grado para optar al título de Magister en Administración de Empresas e

Innovación

Directores:

Mg. Carlos Mario Uribe Uran

Co-director:

Indira Meñaca Guerrero

Universidad Simón Bolívar

Maestría en Administración de Empresas e Innovación

Barranquilla

2020

Contenido

Introducción	11
1 Justificación del tema	15
2 Objetivos.....	17
2.1 Objetivo general	17
2.2 Objetivos específicos:	17
3 Metodología.....	17
3.1 Criterios de inclusión y exclusión	19
3.2 Metodología de búsqueda.....	20
4 Resultados.....	28
4.1 Identificación de las estrategias de Responsabilidad Social empresarial en el sector de las Telecomunicaciones en Colombia.....	28
4.2 Identificación de las estrategias de la Gestión de Innovación, comúnmente utilizadas en el sector de las Telecomunicaciones en Colombia.....	29
4.3 Discusión.....	30
Conclusiones.....	32
Bibliografía	35

Abreviaturas

ANDI: Asociación Nacional de Empresarios de Colombia.

GI: Gestión de Innovación.

MINTIC: Ministerio de Tecnologías de Información y Comunicación en Colombia.

RSE: Responsabilidad Social Empresarial.

ODS: Objetivos de Desarrollo Sostenible.

OMPI: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

OMS: Organización Mundial de la Salud.

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Resultados de Búsqueda de la Revisión Bibliográfica.</i>	20
Tabla 2. <i>Resultados de la búsqueda teórica de la revisión bibliográfica</i>	22
Tabla 3. <i>Cuadro comparativo empresas del sector Telecomunicaciones Estrategias de RSE</i>	25
Tabla 4. <i>Cuadro comparativo empresas del sector Telecomunicaciones Estrategias de Gestión de la Innovación</i>	26

Lista de figuras

<i>Figura 1.</i> Diagrama de Flujo para el resultado de la Revisión bibliográfica.....	21
--	----

Resumen

Pregunta de Revisión: ¿Cuál es la contribución de las prácticas de Responsabilidad Social y la Gestión de la Innovación en el sector telecomunicaciones?

Objetivo: Determinar a través de una revisión bibliográfica, la contribución de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial y la Gestión de Innovación en el sector telecomunicaciones.

Metodología: La metodología utilizada es una revisión bibliográfica descriptiva con enfoque cualitativo, donde se realizó una búsqueda en fuentes tales como, páginas WEB de las empresas de Telecomunicaciones del país, del Ministerio de las Tecnologías de Información y Comunicaciones de Colombia, revistas de economía, informes públicos de RSE y sostenibilidad de las principales empresas de telecomunicaciones, y la base de datos (Scopus). Tomando como sustento teórico para desarrollar la estructura de la revisión, los postulados de (Vera ,2009). Después de aplicar los métodos de exclusión e inclusión del total de la base de documentos, se finalizó con una muestra de diecinueve publicaciones, en la cual se basó para llegar a los resultados de la presente revisión bibliográfica.

Resultados: Dentro del análisis expuesto en la revisión bibliográfica, se considera que la RSE es asumida dentro de las organizaciones, como una estrategia de alto valor que busca impactar positivamente en toda una sociedad, teniendo como prioridad el beneficio a los Stakeholders y la disminución del impacto ambiental, a su vez busca contribuir al sostenimiento y mejoramiento del clima social de los entornos, refuerza el respeto por los derechos humanos, contribuye a un mayor progreso y crecimiento de la comunidad.

En cuanto a la Gestión de Innovación, esta se utiliza como diferenciador y generador de valor, para lograr una ventaja competitiva dentro del sector, la planeación estratégica, es la vía

para direccionar a las empresas del sector, en el camino de la Gestión de Innovación y de prácticas que fortalezcan el desarrollo y mejoramiento de los procesos.

Esta revisión presenta la limitación, causada por la crisis sanitaria declarada por la Organización Mundial de la Salud (OMS), debido a la pandemia por el COVID – 19, lo cual no permitió que se realizara un trabajo de campo.

Conclusiones: La contribución de la Responsabilidad Social Empresarial en el sector Telecomunicaciones, reside en el cambio de visión que esta genera como estrategia, siendo base fundamental para una transformación que involucra la cultura organizacional, desde el interior de las empresas y que se extiende a todos los Stakeholders del sector.

En cuanto a la variable de Gestión de la Innovación, esta contribuye como estrategia de diferenciación y generación de valor, logrando que las empresas de este sector les apuesten no solo a los cambios tecnológicos sino también a sus procesos, para ser cada vez más competitivas.

Fundados en los estudios e investigación realizada y conservando un pensamiento crítico, pero objetivo; dentro de la actual coyuntura por el COVID-19, es importante resaltar como las organizaciones están liderando los procesos de RSE antes y después de la actual pandemia. Destacando de manera positiva el dinamismo que han tenido en la actualidad, buscando siempre el acercamiento de la comunidad sin importar las barreras, a través de las herramientas tecnológicas como son las plataformas de Zoom, Teams, entre otras.

Palabras Clave: RSE, Innovación, Telecomunicaciones, Stakeholders.

Abstract

Review Question: What is the contribution of Social Responsibility and Innovation Management practices in the telecommunications sector?

Objective: Determine, through a bibliographic review, the contribution of Corporate Social Responsibility and Innovation Management practices in the telecommunications sector.

Methodology: The methodology used is a descriptive bibliographic review with a qualitative approach, where a search was carried out in sources such as, WEB pages of the country's Telecommunications companies, the Ministry of Information Technologies and Communications of Colombia, economics magazines, public reports of CSR and sustainability of the main telecommunications companies, and the database (Scopus). Taking as theoretical support to develop the structure of the review, the postulates of (Vera, 2009). After applying the exclusion and inclusion methods of the total document base, a sample of nineteen publications was finalized, on which it was based to arrive at the results of the present bibliographic review.

Results: Within the analysis presented in the bibliographic review, it is considered that CSR is assumed within organizations, as a high-value strategy that seeks to positively impact an entire society, having as a priority the benefit of Stakeholders and the reduction of environmental impact , in turn, seeks to contribute to the maintenance and improvement of the social climate of the surroundings, reinforces respect for human rights, contributes to greater progress and growth of the community.

Conclusions:

The contribution of Corporate Social Responsibility in the Telecommunications sector lies in the change of vision that it generates as a strategy, being a fundamental basis for a transformation

that involves the organizational culture, from within the companies and that extends to all Stakeholders of the sector.

Regarding the Innovation Management variable, it contributes as a strategy for differentiation and value generation, making companies in this sector bet not only on technological changes but also on their processes, to be increasingly competitive.

Founded on studies and research carried out and keeping a critical but objective thinking; Within the current situation due to COVID-19, it is important to highlight how organizations are leading CSR processes before and after the current pandemic. Positively highlighting the dynamism, they have had today, always seeking the approach of the community regardless of barriers, through technological tools such as Zoom, Teams platforms, among others.

Key Words: RSE, Innovation, telecommunications, Stakeholders.

Introducción

El tema de la responsabilidad social empresarial (RSE), se ha venido estudiando con el transcurrir de los años, debido a la importancia que tiene en su relación con sus públicos y actores vinculados, más aún en el contexto de la sostenibilidad y sustentabilidad organizacional.

En este sentido, tal vigencia se manifiesta en la cantidad de entes y organismos que a nivel mundial se han abocado a establecer mecanismos para su implementación voluntaria, como parte de la filosofía de instituciones de gestión pública y privada. A este respecto la RSE es concebida como el efecto, que las acciones y decisiones causan a la sociedad y en el medio ambiente, teniendo una conducta con transparencia, cooperando con el desarrollo sostenible (ISO 26000, 2010).

Así mismo, la RSE, busca explorar desde el interior de las organizaciones, la forma correcta de contribuir en las comunidades, pero muchas veces sin mirar a profundidad, si esta gestión realmente contribuye a un mejoramiento social y económico de los grupos de interés; esta debe fundamentarse grandemente en el desarrollo sostenible.

Con frecuencia la observación que se tiene de la RSE, a partir de distintas interpretaciones y formas de verla, genera dimensiones que logran evidenciar el amplio campo de acción y práctica, en aspectos como los que hacen referencia a la parte gubernamental, los aspectos institucionales, profesionales y organizacionales.

Las dimensiones en las que generalmente se mueve el ámbito de la RSE, constituyen principalmente dos tipos: dimensión Interna y dimensión externa, La primera, busca mejorar la gestión gerencial, la imagen y los referentes y buen nombre Corporativos; favorece en un sentido amplio, el contexto para los negocios, propicia una mayor vinculación con los grupos de interés

que le son propios, mejora el desempeño y la competitividad, así como el clima de funcionamiento interno de la misma, en especial desde el punto de vista social.

La segunda participa en el mejoramiento del clima social de los entornos, refuerza el respeto por los derechos humanos, contribuye a un mayor progreso y crecimiento de la comunidad, vinculándose también a la vez, con la protección del medio en que la empresa desarrolla sus operaciones (Leff, Ezcurra, Pisanty, & Romero Lankao, 2002).

Por otra parte, en relación con la gestión de los procesos de innovación, el éxito puede estar condicionado por multitud de elementos de riesgo, cuyo control debe abordarse de forma integrada con el resto de las actividades en una organización. De hecho, la mayor parte de los proyectos complejos que se desarrollan y aplican en este sentido, en buena parte dependen de una correcta identificación e incorporación, de las tecnologías apropiadas para su desarrollo, que se deberán gestionar como parte de él, y que no siempre son suficientemente conocidas o maduras, por lo que su utilización no genera los beneficios esperados en todos los casos y en los sectores donde se aplica (Hidalgo, Antonio 2011).

Las empresas suponen que son responsables socialmente, si cumplen con las normas mínimas del gobierno, pero las compañías deben asumir un rol que va más allá de lo estrictamente reglamentario (Puterman, 2011).

Bajo lo antes expresado, cabe destacar que dentro de las expectativas de una gestión de RSE se puede encontrar la Gestión de la Innovación (GI), tal como lo señalan Falconi, López, Pomaquero & López (2018), cuando plantean que al momento en que una empresa se enfoca en ser socialmente responsable es sumamente importante que se pueda dedicar a diseñar e implementar procesos innovativos en la compañía, pues de esta forma puede ofrecer productos y

servicios al mercado que satisfagan las necesidades presentes y futuras dentro de un marco de compromiso social, ambiental, ético y humano.

Bajo esta perspectiva la GI, según Becerra y Álvarez (2011), permite que una empresa pueda crear valor mediante el desarrollo de nuevos conocimientos o diferentes usos de conocimientos existentes. Proceso de gestión, que se evidencia en productos y/o servicios novedosos, nuevos modelos de negocios, estrategias y estructuras organizacionales, dentro de un marco de RSE.

En este contexto, se encuentran las empresas del sector de las telecomunicaciones, en Colombia, el cual ha tenido una evolución en el transcurso de los años, no solo por los servicios prestados gracias al avance de la tecnología, sino también por la forma en que se prestan dichos servicios, donde se evidencia la existencia de programas de RSE. En este sentido, a partir del año 2003, se introdujo en el país nuevas tecnologías e innovaciones en el sector, mediante inversión extranjera, dando paso a la aparición de las empresas privadas, enfocadas en gestionar la innovación en forma permanente, entre las que se encuentran CLARO COLOMBIA, TIGO – UNE, TELEFÓNICA – MOVISTAR, las que de acuerdo a lo establecido por el Ministerio de las Tecnologías de Información y Comunicaciones de Colombia (2003), se encargan de prestar servicios de conexión a través de la cobertura nacional en los servicios de telefonía fija, Internet móvil, internet fijo.

Al asociar la Innovación con los procesos de gestión, surge entonces, una nueva concepción, que profundiza su significado, en relación con las estrategias empresariales. La gestión se entiende, como la realización de alguna actividad o tarea, para alcanzar unos objetivos (Ortiz y Pedroza, 2006). Por lo tanto, cuando aparecen nuevas visiones como la de ventaja competitiva de Porter en 1985, y surgen posteriormente otras inquietudes, como la implementación

de estrategias en las organizaciones, que conduzcan a procesos innovadores, efectivamente transformadores y generadores de desarrollo, para los propósitos y resultados al interior de las organizaciones y en ultimas para la sociedad, se consolida la cultura de Innovación, que busca mediante esta, afianzar entre otras actividades, grupos, donde se trabaje de manera colectiva en Innovación, a través de la capacitación, la creación y la discusión permanente en torno a ella, lo que significa resultados útiles, para la evolución de la Gestión de la Innovación (Ángel, 2006).

En concordancia con lo anterior, la metodología o la forma en que se ejecutan las estrategias y cada una de las actividades, que faciliten la consecución en resultados de innovación ,se le llama Gestión de la Innovación; de allí, que todo lo que implique mejorar el conocimiento y el resultado empresarial , teniendo en cuenta factores como las capacidades que deben tener los empleados , la apuesta de la compañía , es decir su visión, objetivos a lograr y la implementación de estrategias basadas en I+D+i , tienen como meta una estructura definida en la empresa, que obtiene la especialización del proceso de Innovación (Flores et al., 2018).

Es dentro de este marco de ideas, que surge la motivación de la presente investigación orientada a determinar la contribución de la las Prácticas de RSE y la Gestión de la Innovación en el sector telecomunicaciones, para lo cual se realizó un estudio de corte cualitativo, con diseño bibliográfico descriptivo, consultando en diferentes fuentes entre las que se encuentran páginas WEB de las empresas de Telecomunicaciones del país, del Ministerio de las Tecnologías de Información y Comunicaciones de Colombia, revistas de economía, y la base de datos (scopus), considerando los postulados de Vera (2009), para desarrollar la estructura de la revisión.

1 Justificación del tema

La presente revisión bibliográfica se justifica, bajo las premisas del aporte al conocimiento teórico de las variables de RSE y Gestión de la Innovación, por el enriquecimiento formativo de los maestrantes, el aporte hacía la sociedad, comunidad y las empresas del sector Telecomunicaciones. Esta temática resulta conveniente, debido a que estas dos variables son implementadas estratégicamente por las organizaciones; según autores como Porter en 1980, plantea que enmarcar estrategias claras en las empresas con características diferenciadoras, las llevan a tener una mayor ventaja competitiva dentro del mercado (García, 2020).

La RSE como estrategia empresarial, es vista como una propuesta diferenciadora que genera valor y compromiso entre las empresas, partiendo desde un plan de acción constituido e implementándolo en toda la estructura organizacional; donde se involucran los clientes internos y externos de la compañía, pero masificándose hacia todos sus Stakeholders. (Minnier, 2014). Sin descuidar en ningún momento un factor primordial, como es el impacto ambiental que están generando las empresas del sector Telecomunicaciones (Fonseca y López, 2013).

De igual manera, la Gestión de la Innovación también enfocándola como estrategia, es una propuesta que se viene trabajando, y está en constante evolución en el interior de las organizaciones, creando equipos de trabajo, que despliegan propuestas permanentes para la implementación de nuevas tecnologías en cada uno de sus procesos. Esta se convierte como una base fundamental para la penetración en nuevos mercados y fortalecer los existentes, que promuevan la satisfacción de cada uno de los grupos de interés, medio ambiente, normatividad (Lundvall, 1992).

Para destacar, dentro del sector de las telecomunicaciones, Movistar Colombia, ocupa el puesto 10 en el ranking de las empresas colombianas más innovadoras (Revista Dinero, 2020), siendo esta la única del sector considerada en la medición.

Complementando lo anteriormente descrito, Colombia cuenta con un Plan Institucional de Gestión Ambiental (PIGA), con el cual, el ministerio de las tecnologías busca que las organizaciones del sector cumplan con las normas establecidas y que sus estrategias estén orientadas al desarrollo social y económico con un modelo organizacional efectivo, utilizando la Gestión de la Innovación e investigación (MinTIC, 2018). Esto afianza que la revisión realizada sea de gran impacto para soportar la contribución de la RSE y la Gestión de la Innovación, considerando que no hay un gran número de investigaciones de esta temática direccionadas al sector analizado.

Por lo tanto, esta revisión procura fortalecer y robustecer la información sobre la Responsabilidad Social Empresarial y la Gestión de la Innovación, así como la contribución de estas variables, estimulando el interés del sector de las telecomunicaciones por las políticas y acciones enmarcadas en la Responsabilidad Social Empresarial y la Gestión de la Innovación.

De igual manera, el presente estudio busca servir de insumo documental para posibles investigaciones en instituciones de educación superior cuyas líneas de investigación se enmarque en la revisión de la literatura sobre la temática abordada.

2 Objetivos

2.1 Objetivo general

Determinar a través de una revisión bibliográfica, la contribución de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial y la Gestión de Innovación en el sector telecomunicaciones.

2.2 Objetivos específicos:

- Identificar las estrategias de Responsabilidad Social empresarial aplicadas en el sector de Telecomunicaciones en Colombia
- Identificar las estrategias de la Gestión de Innovación, comúnmente utilizadas en el sector de Telecomunicaciones en Colombia.

3 Metodología

Se efectuó una revisión bibliográfica descriptiva con enfoque cualitativo, como método para la recolección de información relevante sobre las variables de Responsabilidad Social Empresarial y Gestión de la Innovación en el sector de Telecomunicaciones en Colombia. La revisión bibliográfica es concebida como, un estudio crítico, en donde se detalla y se revisa publicaciones bibliográficas para dar una posición del tema (Guirao, 2015). Se cataloga de tipo descriptiva, debido a que ofrece al lector una serie de conceptos que se encuentran en continuo cambio (Guirao, 2015).

El esquema utilizado, para soportar la revisión es la manejada por Vera en el año 2009, con una adaptación en la numeración del desarrollo y agregando la justificación para dar un mayor fundamento a la revisión, por lo tanto, la estructura está conformada por lo siguiente:

- Introducción.
- Justificación.
- Planteamiento de los Objetivos.
- Metodología.
- Resultados, conclusiones y discusión.

El tiempo estipulado inicialmente para llevar a cabo dicha revisión, fue enfocada a los dos últimos años (2018 – 2020) sin embargo, en la exploración de las publicaciones no se encontró material suficiente para el progreso del proyecto. Teniendo en cuenta lo explicado anteriormente, se toma la decisión de ejecutar el estudio entre enero del 2016 y septiembre del año 2020, debido a que el año 2020 aún está en curso.

Las publicaciones se obtuvieron de las siguientes fuentes de información: Scopus, revistas de economía nacional, leyes gubernamentales expandidas en los últimos años, sitio web del Ministerio de las Tecnologías de Información y Comunicaciones de Colombia, que se relacionen con el tema en estudio. Para organizar las publicaciones se llevó a cabo una clasificación de la documentación, donde se han separado los documentos institucionales (páginas de empresas de telecomunicaciones, página web del MinTIC, y otro grupo desde el punto de vista teórico (Scopus).

La revisión se ha realizado con publicaciones en español, las palabras claves utilizadas en la revisión han sido: Responsabilidad Social, Innovación, Telecomunicaciones, Stakeholders (grupo de interés), desarrollo sostenible.

Los operadores booleanos utilizados han sido “AND”, “OR “. Entre las combinaciones utilizadas, se encuentran:

- Responsabilidad Social Empresarial AND Innovación
- Responsabilidad Social AND Telecomunicaciones.
- Innovación AND Telecomunicaciones.
- Telecomunicaciones AND Desarrollo Sostenible.
- Responsabilidad Social OR Desarrollo Sostenible.
- Innovación OR Desarrollo Sostenible
- Innovación AND Stakeholder AND Telecomunicaciones
- Desarrollo Sostenible AND Gestión
- Innovación AND Desarrollo Sostenible AND Gestión

3.1 Criterios de inclusión y exclusión

En el presente estudio se incluyen artículos que tengan las siguientes características:

- Documentos que hayan sido publicados en el rango de fechas, entre el primero de enero del 2016 hasta agosto del 2020.
- Artículos que hablen de la contribución de la Responsabilidad Social y la Innovación, Stakeholders, Desarrollo Sostenible.
- Artículos del sector de Telecomunicaciones de Colombia en el rango de fechas descritas anteriormente.
- Publicaciones del sector Telecomunicaciones de Colombia que relacionen, Responsabilidad Social Empresarial, Innovación, Stakeholders, Desarrollo Sostenible.

Se han excluido artículos que:

- Para el presente estudio se excluyeron los publicados antes del año 2016.
- Se excluyeron, los encontrados en idiomas diferentes al español.

3.2 Metodología de búsqueda

A continuación, se detallará el proceso y sus resultados en las fuentes consultadas:

La indagación principal se realizó en Scopus, las variables principales de la investigación arrojaron los siguientes resultados:

- Responsabilidad Social Empresarial: 532.
- Innovación: 1662.

En la Tabla 1 se presentan los resultados de búsqueda de la revisión bibliográfica de acuerdo con las combinaciones utilizadas.

Tabla 1. *Resultados de Búsqueda de la Revisión Bibliográfica.*

No.	ECUACIÓN DE BÚSQUEDA	NO. DE PUBLICACIONES	
		TOTAL	DE ÍTERES
1	RSE AND INNOVACIÓN	7	0
2	RSE AND TELECOMUNICACIONES	0	0
3	RSE OR INNOVACIÓN	534	1
4	INNOVACIÓN AND TELECOMUNICACIONES	3	0
5	TELECOMUNICACIONES AND DESARROLLO SOSTENIBLE	0	0
6	RSE OR DESARROLLO SOSTENIBLE	13	1
7	RSE AND STAKEHOLDERS AND TELECOMUNICACIONES	2	0
8	DESARROLLO SOSTENIBLE AND GESTIÓN	13	0
9	DESARROLLO SOSTENIBLE OR GESTIÓN	184	3
10	INNOVACIÓN AND DESARROLLO SOSTENIBLE AND GESTIÓN	0	0
	TOTAL	756	5

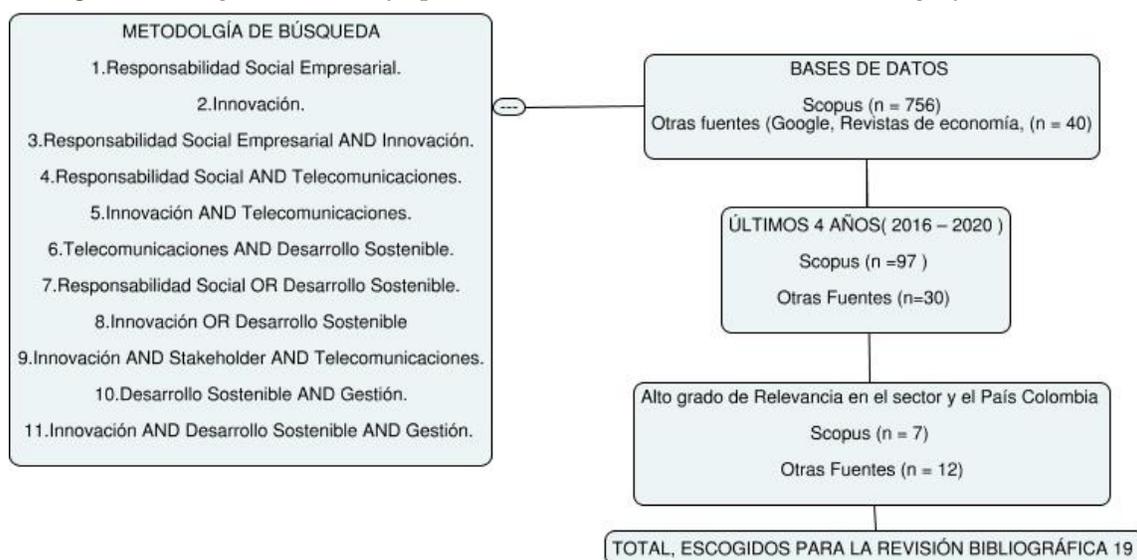
Fuente: elaboración propia 2020

La Figura 1, presenta el resultado que se obtuvo con una muestra de 19 publicaciones, aplicando los factores de exclusión e inclusión determinados por los autores.

Total, revisión bibliográfica:

Scopus **7** + Otras fuentes **12** = **19** documentos.

Figura 1. *Diagrama de Flujo para el resultado de la Revisión bibliográfica*



Fuente: Elaboración propia 2020

En la siguiente tabla, se muestran las características de las publicaciones tomadas para esta revisión, la cual incluye, nombre de la fuente, objetivo, año de realización, palabras claves utilizadas, metodología del autor y resultados.

Tabla 2. Resultados de la búsqueda teórica de la revisión bibliográfica

N	Nombre de fuente	El objetivo de la fuente	Año	Palabras claves	Metodología del Autor	Resultados
1	Plan de Responsabilidad Social Empresarial para Telecomunicaciones de Popayán S.A. Emtel E.S.P.	Elaborar un plan de responsabilidad social empresarial, a partir de la identificación de los impactos económicos, sociales y ambientales para la empresa de telecomunicaciones de Popayán s.a. EMTel E.S. P	2018	Telecomunicaciones, Responsabilidad Social Empresarial, Stakeholders, Innovación, Marketing.	Investigación Cualitativa	Propuesta de Responsabilidad Social Empresarial para EMTel E.S. P
2	Gestión pública y Responsabilidad Social: Equilibrio para la Sostenibilidad	Analizar la importancia de la Responsabilidad Social en la Gestión pública como un marco de referencia estratégico para el Desarrollo Sostenible	2017	Desarrollo Sostenible, Gestión pública, Responsabilidad Social, Ética	Investigación Cualitativa	Integración de la Sostenibilidad, Responsabilidad Social y ética pública
3	Los objetivos de desarrollo sostenible y su inclusión en Colombia	Este artículo tiene como objetivo, buscar resaltar el significado que tiene en Colombia la temática de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS).	2019	sostenibilidad, desarrollo sostenible, informe Bruntland.	Artículo	Colombia está comprometida con los ODS, teniendo en cuenta las iniciativas de las Naciones Unidas.

N	Nombre de fuente	El objetivo de la fuente	Año	Palabras claves	Metodología del Autor	Resultados
4	Nuevas Perspectivas de la gobernanza privada: Un análisis desde las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial y Ambiental de las empresas en Colombia.	Analizar la apuesta de responsabilidad social y ambiental en Colombia. Desde el punto de vista de la empresa privada.	2016	Gobernanza privada, responsabilidad social, normativa empresarial,	Artículo	Confirmación de las hipótesis planteadas sobre que en Colombia el tema de RSE, puede relacionarse con la gestión del sector económico y la relación de las variables sociales y la innovación social.
5	CLARO S.A. y el desarrollo de las Telecomunicaciones en Colombia.	Determinar si Claro se considera un caso éxito para el sector en el País y conocer el plan de desarrollo y sus estrategias comerciales.	2019	Estrategias, telecomunicaciones, telefonía móvil, cobertura, ingreso, mercado, Innovación.	Artículo	Las estrategias implementadas por esta empresa del sector han ayudado a gran crecimiento en los últimos años.

N	Nombre de fuente	El objetivo de la fuente	Año	Palabras claves	Metodología del Autor	Resultados
6	Propuesta de plan estratégico en tecnología de la información para la dirección de una TI de una compañía de Telecomunicaciones Colombiana.	Propuesta de un Plan Estratégico de Tecnologías de la Información	2019	Análisis estratégico, planeación estratégica, sistemas de información, tecnologías de la información.	Revisión sistemática de Literatura	Propuesta de Plan estratégico en Tecnologías de la Información.
7	Integración de Responsabilidad Social Empresarial	Definir la integración de la Responsabilidad en todos los aspectos congruentes de la empresa Integración de Responsabilidad Social Empresariales, involucrando como uno de los pilares la Innovación	2018	Responsabilidad social empresarial, grupos de interés, dialogo, confianza, derechos humanos	Investigación cuantitativa	Determinación del nivel de integración de la RSE con toda la organización.

Fuente: elaboración propia 2020

De las publicaciones halladas de la fuente teórica, fueron seleccionadas dos investigaciones cualitativas, tres artículos y una revisión sistemática de literatura.

Seguidamente se muestra la información estratégica de RSE y GI, de las empresas de telecomunicaciones seleccionadas para la revisión, las cuales son: CLARO COLOMBIA, TIGO-UNE, TELEFÓNICA MOVISTAR.

Tabla 3. *Cuadro comparativo, empresas del sector Telecomunicaciones, Estrategias de RSE*

AÑO	CLARO COLOMBIA	TIGO - UNE	TELFÓNICA - MOVISTAR
2016	Tienen como estrategia de negocio ser sostenibles, y enfocan esto desde el interior de la organización, involucrando a sus empleados. Lo que conlleva a un bienestar y seguridad en el trabajo.	Estrategia de responsabilidad ambiental operacional, para la Identificación del impacto que se pueda generar al medio ambiente, dando respaldo al entorno.	Modelo de debida diligencia, basado en los beneficios para todos los grupos de interés, impacto de los derechos humanos. Aplicando este sentido desde el interior de la organización.
2017	La cadena de valor de la organización va encaminada igualmente a la estrategia de sostenibilidad, logrando un enfoque transversal de la RSE en la compañía.	Fomento del trabajo con la comunidad (niños, padres, adolescentes para el uso responsable de la tecnología).	Como estrategia de RSE, encaminan sus recursos a la inclusión social. La innovación Social como parte elemental de su estrategia.
2018	Generación de compromiso ambiental, reforzando todo el tiempo la cadena de valor	Fortalecimiento en el compromiso con la gestión de residuos sólidos, mejorando respecto al año inmediatamente anterior. Fomento del uso responsable de las TIC como su estrategia de RSE.	En este año su estrategia estuvo enmarcada por los objetivos de desarrollo sostenible, trabajando en el plan de negocio responsable 2016-2018, que tiene puntos importantes como la protección del medio ambiente, crecimiento digital en el país.
2019	Fortalecimiento en la formación de los empleados, proyectando la política de RSE desde la cultura organizacional.	Innovación social con niños como estrategia de RSE, mediante el trabajo con niños de la comunidad.	Principio de negocio responsable e involucrado con los efectos del cambio climático, lo enfocan en el desarrollo de la innovación para la protección del medio ambiente.

Fuente: elaboración propia 2020

Tabla 4. Cuadro comparativo empresas del sector Telecomunicaciones Estrategias de Gestión de la Innovación

AÑO	CLARO COLOMBIA	TIGO - UNE	TELFÓNICA - MOVISTAR
2016	Diseño e implementación del SOC (Service Operation Center) enfocado a monitorear el servicio como base de la gestión de la innovación.	Tigo Une fórum: desarrollo de este evento, donde se presentaron estrategias para los empresarios, una oportunidad de fortalecimiento con los grupos de interés, y entregando conocimiento.	Aplicación de la Innovación para uso sostenibles y eficiente de los servicios por parte de los clientes.
2017	La gestión de la innovación como pieza clave para alcanzar la estrategia de sostenibilidad.	Aplicación de la Gestión de la innovación para encontrar maneras más sencillas, del desarrollo de las actividades organizacionales.	La gestión de la Innovación, como base para alcanzar el desarrollo sostenible de la organización. Poseen una comisión de estrategia en la Innovación donde se hace la gestión con estudios periódicos, de control y seguimiento.
2018	Gestión de la Innovación, a través del fortalecimiento y capacitación de los empleados, con el objetivo de adaptarse a los cambios del mercado y alcanzar los objetivos trazados. Inversión en el mejoramiento del servicio a través de la innovación.	Estrategia de Innovación social, para que se afiance las diferentes formas de producción social.	La innovación como estrategia para la generación de valor en la compañía, con un modelo de economía social.

AÑO	CLARO COLOMBIA	TIGO - UNE	TELFÓNICA - MOVISTAR
2019	Generación de nuevas dinámicas a través de la tecnología, innovación como parte de la cultura organizacional, comenzando el programa en la parte interna impactando positivamente a sus trabajadores	Gestión de Innovación mediante el fortalecimiento su cultura organizacional en los empleados en la comunidad utilizando la innovación social con niños como estrategia de RSE.	Gestión de la innovación, creando la transformación medioambiental y social por medio de la innovación como proceso transversal.

Fuente: elaboración propia 2020

En esta revisión se detectan los rasgos más sustanciales, en referencia a la revisión llevada a cabo, dando una visión general de lo que se viene trabajando en algunas empresas del sector, lo que conlleva a una visualización en cuanto a las prácticas de RSE y la Gestión de la Innovación.

4 Resultados

4.1 Identificación de las estrategias de Responsabilidad Social empresarial en el sector de las Telecomunicaciones en Colombia.

Uno de los planteamientos encontrados dentro de la planeación organizacional, son las estrategias enfocadas a la Responsabilidad Social Empresarial que involucran a toda la organización y contribuyen al cumplimiento de los objetivos planteados. El conjunto de acciones generadas, siempre prevalecerán si integran todos los actores de la organización, comenzando con los empleados, quienes crean una cultura organizacional en la que prima la orientación del bienestar de la comunidad (Márquez, 2019).

En el cuadro comparativo de las empresas de telecomunicaciones, se observa claramente este planteamiento, las empresas del sector inician sus procesos de cambio de RSE, desde la parte interna involucrando a los empleados, formándolos y estructurándolos de tal manera que estén alineados con los objetivos empresariales, para impactar a la comunidad en general y demás participes de los grupos de interés.

Como punto clave y va de la mano según este esquema, es tener sistemas de control para que la empresa pueda realizar seguimiento de cada uno de los procesos y velar por el cumplimiento de cada una de las actividades que se deben desarrollar para alcanzar los fines propuestos. Esta estrategia enmarca la cultura organizacional con base social, proyecta una integralidad que conlleva a una empresa con ventaja competitiva (Castro et al., 2018).

Así mismo, la integración con los Stakeholders, marca una visión completa, de lo relevante para llevar con éxito una estrategia de RSE, porque impacta a los grupos de interés, permitiendo

que tengan resultados positivos, y que la comunidad en general se beneficie a través del desarrollo sostenible (Castro et al., 2018), como se pudo observar en los informes de sostenibilidad, con el apoyo a la comunidad a través de la inclusión social.

Dentro de los informes de sostenibilidad, en cuanto a la variable de RSE, encontramos la Innovación Social, como una estrategia común entre las empresas analizadas, destacada por ser sustentable, aporta un valor agregado con gran transformación social (Crespo et al., 2016). Una de las formas de Innovación social que ejerce el sector, es apostándole a procesos que disminuyan el impacto ambiental, así como también el trabajo con la comunidad (niños, padres y jóvenes). Esta forma de RSE incluyendo el factor ambiental y social, logran mayores rendimientos financieros en las empresas colombianas (Crespo et al., 2016).

4.2 Identificación de las estrategias de la Gestión de Innovación, comúnmente utilizadas en el sector de las Telecomunicaciones en Colombia

En cuanto a las estrategias de Gestión de la Innovación encontradas en el sector Telecomunicaciones, se encontró que son implementadas como pilar fundamental para aumentar la competitividad y el posicionamiento dentro del mercado, es decir, desarrollan una estrategia de diferenciación a través de la Innovación. Esta ofrece la posibilidad de encontrar nuevas fuentes para ser rentable, lo que permitirá crecimiento económico dentro de la industria (Márquez, 2019).

Una de las estrategias que caracteriza fuertemente al sector, es la Gestión de Innovación con RSE, llevando el componente de Innovación social, donde se complementan para aportar a la comunidad, mejoras y beneficios que logren minimizar el impacto ambiental, generación de valor, y desarrollo sostenible (Crespo et al., 2016).

Otro fundamento, de estas estrategias, se direcciona al desarrollo de la Innovación, a través de la gestión en el mejoramiento de los procesos de Talento humano, garantizando que estos tengan

las herramientas, formación y metodología de la educación, para crear cultura de Innovación viable para el mejoramiento continuo (Márquez, 2019), Esto contrasta fuertemente con los informes de sostenibilidad descritos anteriormente , donde tienen como pieza fundamental la formación de los empleados , en los direccionamientos que quieren lograr las empresas.

De igual manera, la planeación estratégica, es tomada como base para la toma de decisiones, siendo esta la más acertadas en los procesos de mejora continua y viendo su reflejo en la satisfacción y atención en sus clientes, esta es una forma de generar valor diferenciador (Márquez,2019). Es por esto que las organizaciones le apuestan al mejoramiento continuo e innovación en los procesos, para que su prestación sea eficiente y eficaz para los usuarios.

4.3 Discusión

En la presente revisión bibliográfica, en cuanto a la variable de Responsabilidad Social empresarial se destaca lo siguiente:

Existe clara consistencia con la exposición que hicieron Porter y Kramer (2016), donde relacionan la competitividad y la sociedad, y explican que lograr una diferenciación en el mercado y un posicionamiento se puede lograr, con un enfoque social , en donde la comunidad y todos los grupos de interés sean beneficiados , Este planteamiento se ve claramente en los resultados de la revisión , cuando los autores (Castro et al., 2018), en su investigación hablan de la integralidad del enfoque social, genera ventaja competitiva.

Teniendo en cuenta que la transformación social, busca la participación de los integrantes de la compañía, para beneficio de los Stakeholders (Castro et al., 2018), lo anterior coincide con lo relacionado por Drucker en 1985, donde se empieza a fomentar que el progreso interno de las organizaciones se proyecta hacia la comunidad.

El concepto de desarrollo sostenible, incitado por el Pacto Global en 1999, cobra protagonismo en estos autores, siendo el direccionamiento estratégico, la búsqueda de soluciones orientadas al bienestar de los grupos de interés.

Además, lo anterior encaja con lo presentado por Quintero (2018), en su artículo, donde expone que la RSE, posee una visión sistemática, porque tiene un efecto ambiental, social y económico, es decir, como estrategia es una manera completa de mejorar la productividad de la organización porque involucra todos los procesos.

En cuanto a la variable de Gestión de la Innovación se resalta lo siguiente:

La Gestión Innovación es un concepto que se viene trabajando y está en constante evolución en el interior de las organizaciones, creando inclusive equipos de trabajo, que despliegan propuestas permanentes para la implementación de nuevas tecnologías en cada uno de sus procesos. Esta se convierte en base fundamental para la penetración en nuevos mercados y fortalecer los existentes (Márquez, 2019). Esto se coteja con las bases de ventaja competitiva de Porter en 1982, donde crear estrategias con generación de valor, llegan a posicionarte en el mercado.

Una de las estrategias de la Gestión de la Innovación expresada por los autores Arzola & Mejías (2007), aplica específicamente en lo que concierne a las competencias que deben poseer los empleados de las organizaciones para tener una cultura con enfoque innovador, esto es fielmente visto en los informes de sostenibilidad de las empresas de Telecomunicaciones, donde el entrenamiento y desarrollo de las habilidades de los funcionarios son factor clave para alcanzar los objetivos trazados, así como lo publicado por los autor (Márquez, 2019).

Conclusiones

Mediante el desarrollo de esta investigación se determinó que la contribución de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial y Gestión de la Innovación en el sector telecomunicaciones en Colombia, está centrado principalmente en el fortalecimiento de los procesos e implementación de estrategias que beneficien a la compañía, sus usuario y preserven el medio ambiente, a su vez, a través de la Gestión de Innovación en sus procesos o productos, las empresas logran un equilibrio entre eficiencia y eficacia, alcanzando la disminución en tiempos de atención y en sus procesos para ser más competitivas, destacándose con un diferenciador positivo.

Asimismo, se identificaron que las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial aplicadas en el sector de Telecomunicaciones en Colombia son:

- Concientización, capacitación y empoderamiento de sus empleados.
- Actividades educativas y recreativas en las comunidades vulnerables.
- Compromiso con el cuidado y preservación del medio ambiente.
- Inclusión social.

Respecto a las estrategias de la Gestión de Innovación, comúnmente utilizadas en el sector de Telecomunicaciones en Colombia, se destacan las siguientes:

- Sistematización e implementación de nuevos procesos.
- Autoatención para agilizar tiempos.
- Estudios periódicos de control y seguimiento a los procesos.
- Capacitación para adaptación al cambio y generar nuevas ideas.

Lo anterior se llevó a cabo mediante un análisis documental que permitió revisar la información primaria y secundaria correspondiente a las variables de análisis. Con lo cual se puede concluir que la Responsabilidad Social Empresarial es vista como una propuesta de valor diferenciadora entre una empresa y otra, dado que el compromiso organizacional empieza desde la parte interna de la empresa, masificándose hacia todos sus Stakeholders (Minnier, 2014), fortaleciendo las bases de la RSE.

Teniendo en cuenta el conjunto de acciones generadas para el sector, prevalecen las que integran todos los actores de la organización, comenzando con los empleados, donde se crea una cultura organizacional en la que prima la orientación del bienestar de la comunidad, empleando la creatividad e innovación como garante de evolución y cumplimiento de los objetivos. Sin embargo, aún falta camino por recorrer en cuanto a la implementación de modelos de desarrollo sostenible, porque en el país aún se observa desigualdad entre los ciudadanos, y sobre todo en el manejo y cuidado del medio ambiente. Esto se debe a que en la gestión del sector influye el tener políticas públicas que alineen a las empresas a ser más responsables socialmente.

En cuanto, a las estrategias de Gestión de la Innovación aplicadas por estas compañías, van visualizadas a las innovaciones de procesos y tecnologías, mejoras de calidad en el servicio, utilización de nuevas herramientas para conocer la satisfacción del cliente, así como el ejecutar alianzas con los proveedores y entrelazar las estrategias de RSE.

Así mismo, esta gestión es vital en la planeación estratégica organizacional, para lograr una mayor competitividad y posicionamiento en el mercado, encaminados al beneficio de los partícipes de los diferentes procesos de las empresas.

El resultado de esta revisión aporta información valiosa sobre la contribución de la RSE y la Gestión de Innovación en el sector Telecomunicaciones, teniendo en cuenta que este es un sector líder en el desarrollo de nuevas tecnologías, y en donde las empresas integrantes están favoreciendo a las comunidades vulnerables, gracias a sus prácticas de RSE y Gestión de Innovación.

Esta revisión presenta como limitaciones la crisis sanitaria vivida a causa de la pandemia declarada por la OMS, la cual, dada al periodo de cuarentena, fue imposible realizar trabajo de campo, conduciendo a un desarrollo principalmente documental.

Derivado de la anterior, se propone como futuras líneas de investigación, que se realice de forma aplicada, tomar la presente revisión como base, para nuevas investigaciones que ayuden a enriquecer el conocimiento de estas dos variables, teniendo en cuenta que, a pesar de haber gran información de ellas, no hay muchas enfocadas en el sector estudio.

Bibliografía

- Ángel, R. (2016). *Poniendo en práctica una cultura de Innovación*. Obtenido de <https://iveybusinessjournal.com/publication/putting-an-innovation-culture-into-practice/>
- Arzola, M., & Mejías, A. (2007). Modelo conceptual para gestionar la innovación en las empresas del sector servicio. *Revista Venezolana de Gerencia*, 12(37), 80-98.
- Becerra, F. B., & Giraldo, C. M. Á. (2011). *El talento humano y la innovación empresarial en el contexto de las redes empresariales: el clúster de prendas de vestir en Caldas-Colombia*. *Estudios gerenciales*, 27(119), 209-232.
- Castro, J., Milda, L., Tabares, T., Méndez, E., & Bueno, A. (2018). *Plan de Responsabilidad Social Empresarial para Telecomunicaciones de Popayán S.A EMTEL E.S.P*. Obtenido de Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD: <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/19158/25100926.pdf?sequence=1>
- Crespo, C., Curvelo, J., & Ripoll, V. (2016). Nuevas Perspectivas de la gobernanza privada: Un análisis desde las prácticas de responsabilidad Social y ambiental de las empresas en Colombia. *Revista Republicana*, 21, 201-214.
- De la Corte, J. (2015). *Schumpeter y la destrucción de instituciones por los innovadores*. Obtenido de Universidad Pontificia Comillas: <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/7354/retrieve>
- Dinero. (2020). *Estas son el “top 30” en Innovación*. <https://www.dinero.com/empresas/articulo/cuales-son-las-30-empresas-masinnovadoras-del-pais/275316>.
- Drucker, P. (1985.). *La Innovación y el empresario innovador*. Ed. Edhasa.

- Espinoza, R. (2009). El fayolismo y la organización contemporánea. *Visión Gerencial*, 1, 53-62.
- Falconi Tello, L. X., López Aguirre, J. F., Pomaquero Yuquilema, J. C., & López Salazar, J. L. (2018). Habilidades gerenciales para la revolución industrial 4.0 en el ámbito del capitalismo consciente. *Contribuciones a la Economía*, (septiembre).
- Florés, D., Sánchez, J., & Rodríguez, C. (2018). *Gestión de agendas de investigación, desarrollo tecnológico e innovación a través de procesos de gestión de conocimiento, un estudio de caso*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/326782698_Gestion_de_agendas_de_investigacion_desarrollo_tecnologico_e_innovacion_a_traves_de_procesos_de_gestion_de_conocimiento_un_estudio_de_caso
- Fonseca, M., & López, F. (2013). *Evaluación de la gestión ambiental en el sector de las telecomunicaciones a través del diseño indicadores*. Obtenido de Universidad EAN : <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/4966/FonsecaMary2013.pdf;jsessionid=CCBADB56DB641FA410D4DDBD46ACBC61?sequence=1>
- García, J. (2020). *La estrategia competitiva de Porter y el análisis de las cinco fuerzas*. Obtenido de <https://retos-directivos.eae.es/la-estrategia-competitiva-de-porter-y-el-analisis-de-las-cinco-fuerzas/>
- Gobierno de España. (2020). *OMPI Organización Mundial de la Propiedad Intelectual* . Obtenido de [.http://www.exteriores.gob.es/RepresentacionesPermanentes/OficinadelasNacionesUnidas/es/quees2/Paginas/Organismos%20Especializados/OMPI.aspx](http://www.exteriores.gob.es/RepresentacionesPermanentes/OficinadelasNacionesUnidas/es/quees2/Paginas/Organismos%20Especializados/OMPI.aspx)

Granados, L. (2019). *Historia de la innovación, o cómo se busca el poder a martillazo*. Obtenido de La Revista: <https://www.larevista.cr/historia-de-la-innovacion-o-como-se-busca-el-poder-a-martillazo/>

Guirao, S. (2015). Utilidad y tipos de revisión de literatura. *Ene*, 9(2), DOI: <http://dx.doi.org/10.4321/S1988-348X2015000200002> .

Hauff, V. (1987). *Informe Brundtland*. Oxford University Press.

Hidalgo, A. “*La Gestión de La Innovación como Proceso*”2011, Universidad Politécnica de Madrid.

International Standards Organization [ISO]. (2010). ISO 26000. ISO.

Informe de Sostenibilidad Claro Colombia. (2017).

https://www.claro.com.co/portal/recursos/co/pdf/Informe_de_Sostenibilidad_Claro_2017.pdf

Informe de Sostenibilidad Claro Colombia. (2018).

https://www.claro.com.co/portal/recursos/co/legalregulatorio/pdf/Informe_de_sostenibilidad_2018.pdf

Informe de Sostenibilidad Claro Colombia. (2019).

https://www.claro.com.co/portal/recursos/co/pdf/Informe_de_Sostenibilidad_Claro_2019.pdf

Informe Integrado de Gestión integrado telefónica, (2016).

https://www.telefonica.com/documents/153952/13347843/Informe_Integrado_2016.pdf/b242bc1a-9780-43bf-83d1-501127f3c37c.

Informe Integrado de Gestión integrado telefónica, (2017).

<https://www.telefonica.com/documents/153952/13347843/Informe-Integrado-2017.pdf/c2e7a9b1-3976-9660-f84b-fd0747ef7f0b>.

Informe de Gestión integrado telefónica. (2018)

<https://www.telefonica.com/documents/153952/13347843/Telefonica-Informe-Integrado-de-gestion-2018.pdf>.

Informe de Gestión integrado telefónica (2019).

<https://www.telefonica.com/es/web/negocio-responsable/informe-2019>

Informe de Gestión y sostenibilidad. (2016).

<http://sites.une.com.co/informe2016/informe.html>

Informe de Gestión y sostenibilidad. (2017).

https://www.tigo.com.co/sites/tigounecorp/files/fragmentos/general_listado_archivos/Informe_GYS_2017_version_final_publicada_21_marzo.pdf

Informe de Gestión y sostenibilidad. (2018)

https://www.tigo.com.co/sites/tigounecorp/files/fragmentos/general_listado_archivos/igs-tigoune-2018.pdf.

Informe de Gestión y sostenibilidad. (2019).

https://www.tigo.com.co/sites/tigounecorp/files/fragmentos/general_listado_archivos/IGS_UNE_2019_Consolidado.PDF

Leff, E., Escurra, E., Pinsanty, I., Romero, P. (2002). " *La Transición hacia el Desarrollo Sustentable*". *Revista, Sociedades Rurales, Producción y Medio Ambiente. México*, Semarnat, Ine, Uam, y Pnuma, 2002. Volumen 4, No 1

López Salazar, J. L., Falconí Tello, L. X., López Aguirre, J. F., & Pomaquero Yuquilema,

- J. C. (2018). *Gestión de la innovación en las organizaciones. contribuciones a la Economía*, (septiembre).
- Lundvall, B. (1992). *Sistemas Nacionales de Innovación*. Obtenido de <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/362/4/RCE4.pdf>
- Márquez, C. (2019). *Propuesta de Plan estratégico en tecnologías de la Información para la dirección de una TI de una compañía de Telecomunicaciones en Colombia*. . Obtenido de Universidad Externado de Colombia: https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/2474/1/ABCBA-spa-2019-Propuesta_de_plan_estrategico_en_tecnologias_de_la_informacion_para_la_direccion_d_e_TI
- Minnier, F. (2014). *La Responsabilidad Social como propuesta de valor en las organizaciones*. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/07/13/la-responsabilidad-social-como-propuesta-de-valor-de-las-organizaciones/#:~:text=La%20Responsabilidad%20Social%20como%20propuesta%20de%20valor%20de%20las%20organizaciones,-En%20estos%20tiempos&text=Cuando%20una>
- MinTic. (2018). *Historia*. Obtenido de <https://www.mintic.gov.co/porta/inicio/Ministerio/Acerca-del-MinTIC/Historia/>
- Mozas, A., & Puentes, R. (2010). La responsabilidad social corporativa y su paralelismo con las sociedades cooperativas. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 103, 75-100.
- Muñoz, R. (2013). *Frederick Winslow Taylor y sus aportes a la administración*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/frederick-winslow-taylor-y-sus-aportes-a-la-administracion/>

Naciones Unidas. (1999). *Pacto mundial de naciones unidas*. Obtenido de http://pactomundial.org/wp-content/uploads/2017/11/Flyer-New-Estrategia-GC_2018_.pdf

OECD/European Communities. (2005). *Manual de Oslo*. Grupo Tragsa.

Ortiz, S., & Pedroza, A. (2006). ¿Que es la Gestión de la Innovación y la Tecnología (GIInT)? *Journal of Technology Management and Innovation*, 1(2), 64-81.

Porter, M. (1982). *Estrategia Competitiva*. Deusto.

Pacto Mundial. (1999).

https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2017/11/Flyer-New-Estrategia-GC_2018_.pdf

Plan Institucional de Gestión Ambiental. (2018).

<http://www.ambientebogota.gov.co/es/plan-institucional-de-gestion-ambiental-piga1>

Portafolio. (2019). *Colombia cae en clasificación global de los más innovadores*.

<https://www.portafolio.co/innovacion/colombia-cae-en-clasificacion-global-de-los-mas-innovadores-533899>

Porter, M. (1982). *Estrategia Competitiva*. Deusto.

Puterman, P. (2011). *¿Es la Filantropía parte de la Responsabilidad Social?* . Obtenido de Diario Responsable: <https://diarioresponsable.com/opinion/13538-ies-la-filantropia-parte-de-la-responsabilidad-social>

Quintero, L. (2018). *La Responsabilidad Social Empresarial, una estrategia de Gerencia*.

Obtenido de Portafolio: <https://www.portafolio.co/economia/la-responsabilidad-social-empresarial-una-estrategia-de-gerencia-515003>.

Revista Dinero. (2020). *Ranking de innovación*. <https://www.dinero.com/noticias/ranking-de-innovacion/13160>

Vera, O. (2009). *Cómo escribir artículos de revisión*.

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1726-89582009000100010