

La innovación social en las organizaciones: un estudio de análisis bibliométrico

Social innovation in organizations: a bibliometric analysis study

Fecha de recepción: 2024-11-22 • Fecha de aceptación: 2025-05-13 • Fecha de publicación: 2025-06-10

César Alfredo, López-Lara¹

Universidad de Guadalajara

cesar.lopez3290@alumnos.udg.mx

<https://orcid.org/0000-0002-1606-9657>

Itzel Alejandra, Lara Manjarrez²

Universidad Autónoma de Sinaloa

itzellara@fca.uas.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0003-0036-2610>

Jesús Humberto, Lara-Félix³

Universidad Autónoma de Sinaloa

humberto.lara@fca.uas.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0002-5283-5742>

RESUMEN

Este estudio abordó la importancia de la innovación social en las organizaciones, analizando la innovación no solo como un medio de impulso en las organizaciones, como diferenciador competitivo, sino que también aborda las demandas cambiantes del mercado y promueven la eficiencia en la producción y organización empresarial. El estudio se llevó a cabo por el método de análisis bibliométrico a través de la plataforma Web of Science (WoS) para identificar el nivel de producción bibliográfica sobre innovación social que existe en dicha base de datos. Para ello, se aplicó criterio de exclusión para obtener información detallada, posterior se analizaron los resultados por dos programas Microsoft Excel y VOSviewer; se hizo el análisis de 20,829 documentos, identificando autores, países, instituciones relevantes y artículos más representativos. Los hallazgos obtenidos fueron interesantes, ya que la mayor representación se encontró en Europa y Asia, y solo Estados Unidos es uno de los países con gran nivel de producción académica, mientras que en producción por instituciones académicas fueron en Europa, siendo la Universidad de Londres la que ocupó el primer puesto, entre otros datos que brindaron y enriquecieron dicho estudio, que permitieron conocer la amplitud y pertinencia del tema.

PALABRAS CLAVE: bibliometría, innovación social y organizaciones

ABSTRACT

This study addresses the importance of social innovation in organizations, analyzing innovation not only as a mean of driving organizations and as a competitive differentiator but also addressing the changing market demands and promoting efficiency in production and business organization. This study was conducted using the bibliometric analysis method through the Web of Science (WoS) platform to identify the level of bibliographic production on social innovation available in this database. An exclusion criteria was applied to obtain detailed information. Subsequently, the results were analyzed using two programs, Microsoft Excel and VOSviewer, analyzing 20,829 documents and identifying relevant authors, countries, institutions, and the most representative articles. The findings are interesting, showing that the highest representation is in Europe and Asia, with the United States being one of the countries with a high level of academic production. In terms of production by academic institutions, Europe leads, with the University of London ranking first, among other data that enriches this study and provide insight into the breadth and relevance of the topic.

KEYWORDS: bibliometrics, social innovation and organizations

Introducción

Hoy, más que nunca, las organizaciones están involucradas en una evolución empresarial de manera constante, donde el mercado sufre de cambios tan abruptos, día con día y es pertinente, hasta vital, la implementación de la innovación sobre todo en lo relacionado con el uso de la tecnología. La combinación entre innovar y la tecnología es un factor crucial para que las organizaciones puedan alcanzar a ser sostenibles (Hui et al., 2024). Rowley et al. (2011) mencionaron que la importancia que se le brinda a la innovación en las organizaciones como en los mercados es fundamental, ya que el entorno cada vez es más dinámico; sobre todo, buscando dar respuesta a los deseos y necesidades de los clientes actualmente.

A lo largo del tiempo, la sociedad desarrolla nuevas ideas para llevar a cabo diversos procesos de manera más eficiente y óptima en las organizaciones, así como la implementación de ideas que se han unido para crear nuevas soluciones a los problemas o mejoras en los sistemas, procesos, productos o intentos de solución existentes (Taylor, 2017).

Dicho esto, las organizaciones necesitan poner en práctica más directa ante la innovación, pero siempre con un enfoque sostenibilidad, como mencionan Rojo et al. (2019):

La innovación figura como un mecanismo de bienestar tanto para la empresa como para los individuos que la ponen en funcionamiento y que consumen de ella los nuevos productos y servicios que esta genera. Se resalta el papel que se le da a la innovación como resultado de un proceso de aprendizaje y cómo este proceso requiere de una institucionalización para favorecer la sostenibilidad de la actividad empresarial. La generación de nuevas ideas como un proceso cognitivo que requiere de estímulos y que no se da en el vacío, por el contrario, requiere instituciones que manden señales para su realización y para su protección (p. 19).

Por tanto, la innovación en el mundo empresarial es una respuesta en constante evolución a las necesidades del entorno, con el potencial de generar beneficios tanto para la empresa como para la sociedad en general (Wang et al., 2022). Impulsada por la exploración, la experimentación y el trabajo en equipo. Esta capacidad de transformación no solo busca mejorar la eficiencia operativa, sino también encontrar soluciones innovadoras que aborden problemas complejos de manera disruptiva (Proença y Martins, 2023).

Es por esto, que los procesos de innovación social van más allá de simplemente generar cambios en productos o servicios, también desempeñan un papel fundamental en la reestructuración de la gobernanza democrática (Osarenkhoe y Fjellström, 2024). Además, las acciones llevadas a cabo por las organizaciones en el campo de la innovación social tienen el potencial de transformar no solo el ámbito empresarial, sino también el entorno de la gobernanza y la colaboración entre sectores (Hansen et al., 2021).

Por lo tanto, al combinar la eficiencia empresarial con la responsabilidad social y la innovación social en las organizaciones se convierte en un motor de cambio. Su objetivo no es solo lograr rentabilidad económica, sino también mejorar la calidad de vida de las personas y contribuir al bienestar general (Paiva et al., 2024). Este enfoque tiene un impacto integral, generando resultados

que van más allá de las métricas financieras tradicionales y logrando un equilibrio entre beneficios económicos y propósito. El dinamismo de la innovación social en las organizaciones ha provocado una transformación fundamental, redefiniendo el papel de las empresas en la sociedad. Este movimiento impulsa una reconfiguración de las relaciones entre empresas, comunidades y gobiernos, fomentando una colaboración activa para abordar los desafíos sociales urgentes (Biea et al., 2024). Al integrar valores éticos y orientarse hacia un impacto positivo, las organizaciones encuentran un nuevo sentido de propósito que impulsa la construcción de un mundo más inclusivo, justo y sostenible. Dicho lo anterior, el propósito del estudio es analizar la evolución sobre la innovación social en diferentes aspectos sociales y científicos, así como enfatizar el progreso que se han tenido en diferentes zonas geográficas, institucionales y artículos más relevantes que permiten generar una conjetura sobre la importancia y relevancia del tema en tiempos actuales, así como identificar lagunas dentro de la ciencia que se presentan en la brecha del conocimiento que permitan brindar un sustento sólido sobre la innovación social en las organizaciones.

1.1. Perspectiva sobre la innovación organizacional

Actualmente, la innovación en las organizaciones se considera un elemento esencial para la supervivencia y el crecimiento sostenible de las empresas. Se ha convertido en un proceso continuo y estratégico que impulsa la diferenciación competitiva, ya sea a través de la introducción de nuevos productos y servicios, la optimización de procesos internos o la adopción de tecnologías emergentes. Esta práctica permite a las empresas adaptarse a un entorno empresarial dinámico, satisfacer las demandas cambiantes de los clientes y mantenerse a la vanguardia en un mercado en constante evolución. La innovación juega un papel fundamental en las empresas, ya que les permite destacar en un mercado competitivo mediante la presentación de nuevos o mejores productos y servicios. Asimismo, respalda la eficiencia tanto en la producción como en la organización al introducir o mejorar los procesos de fabricación y distribución (Medellín, 2013). Los cambios que se generan constantemente en el entorno empresarial hacen que la gestión de las empresas sea más compleja al querer mantener un posicionamiento en el mercado. Así pues, la toma de decisiones debe incluir estrategias alternativas que ayuden a adaptarse a las nuevas condiciones y crear ventajas competitivas (Acosta et al., 2020). Los autores también mencionaron que con el fin de preservar la competitividad en entornos empresariales en constante evolución, es crucial no solo mejorar los productos y procesos existentes, sino también adoptar enfoques innovadores para ingresar y sacar provecho de nuevos mercados y clientes. En otras palabras, para aprovechar al máximo las capacidades innovadoras de una empresa, es crucial que esta abra sus modelos de negocio para buscar activamente ideas externas y permitir que las tecnologías internas, que no se están utilizando, puedan ser compartidas con otras empresas, desbloqueando así su potencial económico oculto (André et al., 2023). Para Canizales (2020) la responsabilidad de la innovación no recae únicamente en un departamento de la empresa, sino que es un proceso que implica a toda la organización, ya que lo óptimo es que esté completamente integrado en la visión estratégica de la empresa.

Es por esto que la innovación es un proceso continuo, impulsa la diferenciación competitiva y sostiene el crecimiento sostenible de las empresas. Además, subraya cómo la capacidad de adaptarse a las cambiantes demandas del mercado y mantener la eficiencia en la producción y organización son aspectos clave facilitados por la innovación. Sin embargo, la complejidad actual

de la gestión empresarial debido a los cambios constantes y cómo las estrategias alternativas se vuelven esenciales para mantener una posición competitiva. También enfatizan que la innovación no solo se limita a mejorar productos y procesos existentes, sino que implica la adopción de enfoques novedosos para incursionar en nuevos mercados y aprovechar nuevas oportunidades. Por otro lado, la innovación abarca diversos campos como la economía, la gestión y los cambios en el comportamiento social, lo que la convierte en un proceso interdisciplinario. Este enfoque amplía el concepto de innovación más allá del mero desarrollo y venta de productos o servicios, abarcando también aspectos relacionados con prejuicios humanitarios, sociales e institucionales (Kochetkov, 2023).

Dicho lo anterior, cabe resaltar que la innovación se está integrando a otros extractos donde pretende impulsar de manera significativa a la comunidad, y que las empresas no solo vean por un interés económico, sino algo más allá, enfocándose en las demandas sociales de comunidades vulnerables. La participación de diversas partes interesadas y la necesidad de generar transformación social son aspectos que diferencian la innovación social de otras formas de innovación. Este tipo de innovación se origina a partir de nuevas ideas sobre individuos, productos, servicios y mercados, y conduce al desarrollo de nuevas estructuras organizativas y prácticas empresariales (De Matos, 2023).

1.2. Innovación social en las organizaciones

La innovación social brinda una solución transformadora para los problemas sociales, donde el valor generado beneficia principalmente a la sociedad en su conjunto; ya que esta forma de innovación se enfoca en abordar las necesidades sociales, a diferencia de la innovación empresarial, que se orienta hacia la satisfacción de las demandas del mercado y los consumidores. Además, existe una estrecha relación entre la innovación y el emprendimiento sociales, ambos comprometidos con la identificación de oportunidades para atender las necesidades y desafíos sociales. La descripción detallada de las características clave de una empresa/negocio social ofrece un entendimiento más profundo de su propósito, ingresos y enfoque hacia el beneficio más allá de la mera generación de riqueza privada. La distinción entre empresa social y negocio social añade una capa adicional al análisis, destacando cómo responden de manera diferente a la presión: mientras que una tiende a priorizar objetivos sociales, la otra tiende a inclinarse más hacia metas comerciales en situaciones de presión (Fahrudi, 2020). Aunque, Moulaert y MacCallum (2019) refieren que la innovación social no se limita solo a resolver problemas; su alcance es más amplio, promoviendo enfoques alternativos de desarrollo basados en la solidaridad. En este contexto, el éxito se vincula con la capacidad transformadora de movilizar grupos sociales más extensos, ampliando así su impacto.

Cabe señalar, que la innovación social se refiere a la creación de nuevas ideas, actividades o servicios que están diseñados para atender necesidades sociales específicas. Esto puede implicar soluciones más efectivas que no solo abordan una necesidad social, sino que también generan capacidades y relaciones nuevas o mejoradas, así como un uso más eficiente de recursos. Además, se relaciona con un proceso de aprendizaje colectivo dirigido a resolver necesidades sociales mediante cambios en las prácticas sociales, lo que puede provocar transformaciones en relaciones, sistemas y estructuras sociales para lograr cambios significativos. Asimismo, se

destaca que la innovación social implica la generación de nuevos productos, procesos, servicios o modelos que tienen un impacto medible y más sostenible o equitativo que las soluciones existentes, distribuyendo el valor generado en la sociedad y empoderando a sus miembros.

Metodología

Este estudio realizó una revisión sistémica de información por medio de la técnica de análisis bibliométrico para la obtención de la información más actualizada que se tenga de “*social innovation*”. Ciertos autores como Safta et al. (2021); Shi et al. (2020) refutan que esta técnica es una herramienta esencial en la investigación cuantitativa porque tiene como objetivo examinar la producción bibliográfica de un campo específico, por lo que esta técnica utiliza métodos estadísticos y matemáticos para analizar la literatura académica, como artículos, libros o conferencias. Dicho lo anterior, ayuda a recopilar datos de fuentes académicas (como archivos profesionales) para luego procesar esta información y obtener datos bibliográficos como recuento de citas, autor, revista y palabras clave. Como lo mencionan los autores anteriores, informan que en la recolección de datos realiza un análisis estadístico, lo que permitió identificar patrones, tendencias y relaciones en la literatura académica. Los resultados son interpretados para determinar tendencias emergentes, áreas de investigación activas, colaboraciones destacadas y la evolución de temas a lo largo del tiempo.

La presente investigación realizó una indagación por medio del estudio bibliométrico por medio de la base de datos WoS, la selección estuvo basada por el nivel de importancia y relevancia que tienen en el campo científico a nivel internacional en las diversas disciplinas, así como su gran número de afiliaciones de revistas científicas, instituciones y documentos. Al momento de la aplicación de esta técnica mencionada anteriormente, se llevó a cabo criterios de exclusión, esto con el objetivo de obtener una información más detallada que permitiera cumplir con las características deseadas del estudio. Al principio de la búsqueda en WoS por medio de la palabra clave *social innovation*, siendo el primer criterio, se optó por la búsqueda en el idioma inglés por el nivel de magnitud que tienen el idioma en el campo científico internacionalmente. Se obtuvieron un total de 221, 112 documentos. Posterior al aplicar el segundo criterio, que es el periodo de tiempo de los documentos que se desean analizar (2019-2023), se obtuvo otro resultado que fue 121,145 documentos. El tercer criterio fue aplicado área de investigación de acuerdo WoS, el cual, se seleccionó *business economics* por cuestiones del mismo interés del estudio, obteniendo un resultado de 20,829 documentos; el periodo de la realización de este análisis se fue del 26 de noviembre hasta el 03 de diciembre de 2023, en un lapso de una semana específicamente.

Con base en lo anterior, al momento de obtener el último resultado los datos se analizaron por medio del programa de Microsoft Excel para el desarrollo de tablas y gráficas representativas a la información. De igual manera, la información se analizó por medio de otro programa llamado VOSviewer que permite analizar y diseñar mapas de concurrencias por autores y palabras clave, el cual determina sobre todo la segunda opción cuáles son las palabras claves con mayor relevancia en las investigaciones analizadas.

En resumen, este estudio bibliométrico se basó en conocer el nivel de representación por medio de una revisión bibliográfica que existe en WoS sobre *social innovation* por medio de ciertos criterios de exclusión mencionados anteriormente (palabra clave, periodo de investigación de los documentos y área disciplinar de investigación), obteniendo un resultado determinante que se analizó por dos programas mencionados en el anterior párrafo (véase la *Figura 1*).

Figura 1

Diagrama de Flujo de Búsqueda y Análisis de Datos.



Resultados

Con respecto al método establecido en el apartado anterior, la búsqueda obtenida por medio de los criterios de exclusión dio partida a la adquisición de información valiosa, logrando un resultado de 20,829 documentos, los cuales fueron artículos, documentos de fácil acceso, artículos en revisión, capítulos de libro, material editorial, documentos en proceso, reseña de libros, libros, correcciones, reimpressiones y cartas, esta información puede verse más específica y amplia en la *Tabla 1*.

Tabla 1*Tipos de Documentos Obtenidos por WoS en el Periodo de 2019-2023 de Innovación Social.*

Tipos de documentos	Recuento de registro	Porcentaje
Article	19,899	95.535%
Early Access	2,098	10.072%
Review Article	652	3.130%
Book Chapters	555	2.665%
Editorial Material	205	0.984%
Proceeding Paper	84	0.403%
Book Review	31	0.149%
Book	22	0.106%
Correction	15	0.072%
Reprint	3	0.014%
Letter	2	0.010%

Por otro lado, los autores más representativos que han realizado investigaciones sobre *social innovation* se han destacado por su creación de conocimiento en diversas revistas científicas, así como su nivel de productividad y referencia que tienen en el campo, pero sobre todo en la relevancia por el número de registros que se presentan en WoS (*Tabla 2*), el cual Wang, Y. presenta 83 documentos, siendo el autor con mayor relevancia por registro, de ahí le sigue Liu con 72 documentos y en tercer lugar Zhang con 63 documentos.

Tabla 2*Principales Autores que Hablan sobre Innovación Social.*

Autores	Recuento de registro
Wang Y	83
Liu Y	72
Zhang Y	63
Li Y	61
Wang L	60
Li J	54
Zhang J	51
Li X	46
Kraus S	44
Chen J	43

En cuanto a los países con mayor relevancia en número de publicaciones actuales en cuestión de *social innovation*, se presenta en la base de datos de WoS los continentes de América, Asia y Europa. El primero en el ranking es la República Popular de China con 5,718 documentos,

posterior está Inglaterra con 4,107 documentos, y en tercer lugar está Estados Unidos con 3,066 documentos (véase en la *Tabla 3*).

Tabla 3

Países más Relevantes que Publican sobre Innovación Social.

Países	Recuento de registro
China	5,718
England	4,107
Usa	3,066
Italy	1,442
Spain	1,432
Germany	1,186
Australia	1,107
France	1,099
Canadá	873
Netherlands	871

A continuación, se analizaron las Instituciones de Educación Superior (IES) con mayor relevancia sobre el número de publicaciones que han realizado sobre *social innovation*. La Universidad de Londres obtuvo el primer puesto con 999 documentos publicados del tema, siguiendo la Escuela de Londres de Ciencia Política Económica con 481, y en tercer puesto el Colegio universitario de Londres con 341 (véase en la *Tabla 4*).

Tabla 4

Número de Publicaciones por Institución de Educación Superior.

Instituciones de Educación Superior	Recuento de registro
University of London	999
London School Economics Political Science	481
University College London	341
University Of Oxford	272
Chinese Academy Of Sciences	221
University Of Manchester	214
University Of Warwick	208
University Of Cambridge	200
Xi An Jiaotong University	189
Central University Of Finance Economics	185

Dando seguimiento al estudio bibliométrico, se analizaron los documentos totales en WoS aplicados los criterios de exclusión, así como otro criterio que es el filtro de artículos con mayor relevancia en esta base de datos, en el que se extrajeron los diez artículos más representativos.

El primero de ellos titulado “What is not social innovation?” por Solis-Navarrete, J.A.; Bucio-Mendoza, S. y Paneque-Gálvez, J. de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH). En el segundo puesto, está el artículo nombrado “Social innovation: Integrating product and user innovation” por Fursov, K.; Linton, J. de la ITMO University; y en tercer lugar está “Social innovation-as-practice: establishing a social innovation program at a university” por Svennevik, E.M.C.; Saidi, T. de la University of Oslo (véase en la *Tabla 5*).

Tabla 5

Artículos Más Relevantes en WoS.

No.	Título de artículo	Autor (es)	Año	Institución
1	What is not social innovation	Solis-Navarrete, J.A.; Bucio-Mendoza, S.;	2021	Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH).
2	Social innovation: Integrating product and user innovation	Paneque-Gálvez, J. Fursov, K.; Linton, J.	2022	ITMO University
3	Social innovation-as-practice: establishing a social innovation program at a university	Svennevik, E.M.C.; Saidi, T.	2022	University of Oslo
4	Exploring the relationship between social capital, innovation capability and innovation	Yesil, S.; Dogan, I.F.	2019	University of Kahramanmara
5	Responsible innovation and social innovation: toward an integrative research framework	Bolz, K; De Bruin, A	2019	University of Wuppertal and Massey University
6	The relationship between social innovation and innovation ecosystems: an international library review	De Matos, G.P.	2023	Universidade Federal de Santa Catarina
7	The social dimension of frugal innovation	Khan, R.; Melkas, R.	2020	Haaga-Helia University of Applied Sciences and LUT University
8	Social entrepreneurs as change makers: expanding public service networks for social innovation	Hansen, A.V.; Fuglsang, L.; Gallouj, F.; Scupola, A.	2022	Roskilde University and University of Lille
9	Social movements and free innovation	Jeppesen, L.B.	2021	Copenhagen Business School
10	Understanding social innovation as an innovation process: Applying the innovation journey model	Oeji, P.R.A; Van Der Torre, W; Vaas, F; Dhondt, S.	2019	The Netherlands Organization for Applied Scientific Research and KU Leuven (University of Leuven)

Así pues, con base a los datos obtenidos en WoS se realizó un análisis de los 20,829 documentos en el programa VOSviewer, elaborando un mapa de relaciones sobre las palabras clave más representativas, siendo éstas las diez más principales: *performance, social innovation, innovation, impact, management, entrepreneurship, knowledge, research-and-development, corporate social responsibility, sustainability*. En este caso, performance fue la palabra clave de mayor concurrencia con 218, esto se puede observar en la *Figura 2*.

identificaron los diez artículos con más relevancia por parte de la base de datos de WoS resaltando temáticas y enfoques diversos, abordando desde la conceptualización de la innovación social hasta su implementación práctica en universidades y entornos empresariales. Estas contribuciones reflejan una pluralidad de perspectivas y metodologías empleadas en la investigación sobre el tema en cuestión.

En conclusión, dicha investigación ha proporcionado un panorama más amplio y exhaustivo sobre el campo de la innovación social en las organizaciones. Estos hallazgos ofrecen una base sólida sobre el grado de representación a nivel mundial, los artículos con mayor relevancia, el cual, son pertinentes para la construcción de teorías y la aplicación de metodologías aplicativas, brindando una guía sobre futuras investigaciones, identificando áreas clave de interés, instituciones destacadas y tendencias emergentes. La diversidad de enfoques y la amplia representación geográfica en este ámbito subrayan la importancia global y el dinamismo de la innovación social en el contexto empresarial contemporáneo.

De igual forma, se puede hacer notar como la innovación juega un papel preponderante en las organizaciones, constituido como un elemento clave para cualquier actividad que se realice, por lo que el ámbito empresarial ha sido quien más énfasis ha puesto en su introducción. En este sentido, y siguiendo con lo presentado como parte de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, la innovación social representa un aspecto fundamental para el crecimiento y la adaptación de las organizaciones a las nuevas realidades del mundo actual.

Siguiendo con esto, las organizaciones se muestran cada vez más interesadas en generar un beneficio hacia la sociedad, por lo que se encuentran en un interés constante por buscar mejores soluciones ante los problemas que afectan a la sociedad y que influyen de cierta forma con las actividades propias de la empresa. Por tal motivo, la innovación social llega a ser un punto clave para las nuevas demandas de la sociedad, así como las nuevas realidades que atañen dentro del mundo empresarial.

En este sentido, este estudio esclareció la creciente importancia que han adoptado la variable de innovación social en el ámbito empresarial y en las organizaciones, lo cual se infiere que viene por los constantes cambios que se están suscitando a nivel mundial en los que se encuentra la sociedad, lo cual abre una nueva brecha que resulta interesante seguir investigando y generar conocimiento de frontera.

Referencias

- Acosta, V., Vega, B., González, M., y Carmenate, L. (2020). Tipos de Innovación como Estrategias de Adaptación al Dinamismo de los Mercados. *INNOVA Research Journal*, 5(3), 1–21. <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.2020.1288>
- André, T., Vidor, G., Borges, G., y Birch, R. (2023). Breeding environments for product innovation virtual organizations. *Revista de Gestão e Secretariado*, 14(5), 6807–6833. <https://doi.org/10.7769/gesec.v14i5.2082>
- Biea, E., Dinu, E., Bunica, A., Y Jerdea, L. (2024). Recruitment in SMEs: The role of managerial practices, technology and innovation. *European Business Review*, 36(3), 361–391. <https://doi.org/10.1108/EBR-05-2023-0162>
- Canizales, L. (2020). Elementos clave de innovación empresarial. Una revisión desde las tendencias contemporáneas. *Revista Innova ITFIP*, 6(1), 50–69. <https://doi.org/10.54198/innova06.03>
- De Matos, G. (2023). The relationship between social innovation and innovation ecosystems. An international library review.pdf. *Journal on innovation and sustainability*, 14(3), 32–44. <http://dx.doi.org/10.23925/2179-3565.2023v14i3p32-44>
- Fahrudi, A. (2020). Alleviating poverty through social innovation. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 14(1), 71–78. <https://doi.org/10.14453/aabfj.v14i1.7>
- Hansen, A., Fuglsang, L., Gallouj, F., y Scupola, A. (2021). Social entrepreneurs as change makers: Expanding public service networks for social innovation. *Public Management Review*, 1632–1651. <https://doi.org/10.1080/14719037.2021.1916065>
- Hui, L., Luo, Z., Liu, K., y Swathi, A. (2024). Impact of pollution prevention practices and green environmental practices on sustainable performance: Empirical evidence from Chinese SMEs. *Environmental Research*, 255. <https://doi.org/10.1016/j.envres.2024.118991>
- Kochetkov, D. (2023). Innovation: A state-of-the-art review and typology. *International Journal of Innovation Studies*, 7(4), 263–272. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2023.05.004>
- Medellín, E. (2013). *Construir la innovación. Gestión de tecnología en la empresa*. (1ª ed.). Siglo veintiuno.
- Moulaert, F. y MacCallum, D. (2019). *Advanced introduction to social innovation*. Edward Elgar Publishing Limited.
- Osarenkhoe, A. y Fjellström, D. (2024). A cluster's internationalization as a catalyst for its innovation system's access to global markets. *EuroMed Journal of Business*, 19(2), 229–250. <https://doi.org/10.1108/EMJB-11-2020-0127>

- Paiva, I., Sánchez, M., y Carvalho, L.(2024). CSR information, environmental awareness and CSR diffusion in SMEs of Angola. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 14(3), 489–512. <https://doi.org/10.1108/JAEE-10-2022-0280>
- Proença, M. y Martins, T. (2023). The role of absorptive capacity in the use of digital marketing analytics for effective marketing decisions. *J Market Anal*, 12, 687–700. <https://doi.org/10.1057/s41270-023-00224-8>
- Rojo, M., Padilla, A., y Riojas, R.M. (2019). La innovación y su importancia. *Revista Científica UISRAEL*, 6(1), 9–21. <https://doi.org/10.35290/rcui.v6n1.2019.67>
- Rowley, J., Baregheh, A., y Sambrook, S. (2011). Towards an innovation-type mapping tool. *Management Decision*, 49(1), 73–86. <https://doi.org/10.1108/00251741111094446>
- Safta, I., Saba, A., y Muntean, N. (2021). Bibliometric Analysis of the Literature on Measuring Techniques for Manipulating Financial Statements. *Risks*, 9(7), 1–16. <https://doi.org/10.3390/risks9070123>
- Shi, Y., Blainey, S., Sun, C., y Jing, P. (2020). A literature review on accessibility using bibliometric analysis techniques. *Journal of Transport Geography*, 87. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2020.102810>
- Taylor, S. (2017). What is innovation? A study of the definitions, academic models and applicability of innovation to an example of social housing in England. *Open Journal of Social Sciences*, 5(11), 128–146. <https://doi.org/10.4236/jss.2017.511010>
- Wang, Y., Tian, Q., Li, X., y Xiao, X. (2022). Different roles, different strokes: How to leverage two types of digital platform capabilities to fuel service innovation. *Journal of Business Research*, 144, 1121–1128. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.02.038>

Copyright (2025) © César Alfredo López Lara; Itzel Alejandra, Lara Manjarrez;
Jesús Humberto Lara Félix



Este texto está protegido bajo una licencia internacional [Creative Commons](#) 4.0.

Usted es libre para Compartir—copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato — y Adaptar el documento — remezclar, transformar y crear a partir del material—para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla las condiciones de Atribución. Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios.

Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) – [Texto completo de la licencia](#)