

## La innovación social en las PYMES como estrategia para generar una ventaja competitiva en el mercado empresarial.

*Social innovation in SMEs as a strategy to generate a competitive advantage in the business market.*

J. Francisco Hernández – Gracia<sup>a</sup>, Venancio Avendaño – Hernández<sup>c</sup>, Hugo A. Buitrón Ramírez<sup>c</sup>

---

### Abstract:

Due to the constant changes in the environment, companies are forced to consider social innovation as an essential strategy and factor that contributes with a series of benefits, constituting a competitive advantage that allows for increased investment and revitalization of the business market. In this research, he shows the diversity of concepts and ways in which social innovation can be perceived and located that help SMEs in the development of strategies to generate a competitive advantage in the business market and thus reduce poverty in vulnerable populations. The research seeks to generate a plan from the sculpted texts, the findings and the formulations found to make Social innovation effective in SMEs as a strategy to generate a competitive advantage in the business market.

### Keywords:

*Social innovation, strategies, SMEs, competitive advantages.*

---

### Resumen:

Debido a los constantes cambios en el entorno, las empresas se ven obligadas a considerar a la innovación social como una estrategia y factor esencial que contribuya con una serie de beneficios, constituyendo una ventaja competitiva que permita el aumento de inversiones y dinamización del mercado empresarial. En la presente investigación, muestra la diversidad de conceptos y formas en que se puede percibir y situar la innovación social que ayuden a las PYMES en el desarrollo de estrategias para generar una ventaja competitiva en el mercado empresarial y así reducir la pobreza en poblaciones vulnerables. La investigación busca generar un plan a partir de los textos explorados, los hallazgos y formulaciones encontradas, hacer efectiva la innovación Social en las PYMES como estrategia para generar una ventaja competitiva en el mercado empresarial.

### Palabras Clave:

*Innovación social, estrategias, PYMES, ventajas competitiva.*

---

### Introducción

En la presente investigación, esperamos mostrar la diversidad de conceptos y formas en que se puede percibir y situar la innovación social, en los cimientos racionales de actores involucrados en el tema, que pretenden la transformación de un marco social, hoy muy inactivo en la solución de problemas económicos-sociales y ambientales en sectores vulnerables de nuestras localidades. En una forma

lo más resumida posible, se busca entrelazar en un análisis los enfoques, teorías y ejemplos, para gestionar conocimientos, que hacen cristalizar programas y modelos de negocios, que ayuden a las PYMES en el desarrollo de estrategias para generar una ventaja competitiva en el mercado empresarial y así reducir la pobreza en poblaciones vulnerables, con la participación de los diferentes sectores que integran a una sociedad, para dar

---

a Autor de Correspondencia. Universidad Tecnológica de Tula Tepeji. <https://orcid.org/0000-0001-5712-3018>, Email: josefrancisco.hernandez@utt.edu.mx

b Universidad Tecnológica de Tula Tepeji, <https://orcid.org/0000-0001-5577-5610>, Email: [venancio.avendano@utt.edu.mx](mailto:venancio.avendano@utt.edu.mx)

c Universidad Tecnológica de Tula Tepeji, <https://orcid.org/0000-0003-2796-1349>, Email: hugoarmando.buitron@utt.edu.mx

soluciones sociales en un contexto geográfico, cultural y religioso, integrando sociedades marginadas, bajo la óptica de la innovación social. Esta investigación no es más que el entrelazar de las ideas de muchos autores sobre el tema de innovación social en las PYMES como estrategia para generar una ventaja competitiva en el mercado empresarial, ordenadas de una forma que busca crear sinergia entre los diferentes puntos que plantea la investigación actual.

### **Problemática**

Debido a los constantes cambios en el entorno, las empresas se ven obligadas a hacer frente a los desafíos relacionados con su crecimiento y su supervivencia. Ante esta situación, es importante considerar a la innovación social como una estrategia y factor esencial que apoya con una serie de beneficios, constituyendo una ventaja competitiva que permita el aumento de inversiones y dinamización del mercado empresarial. En ese sentido, se fomentará la creación de empleos, la presencia en mercados externos, el crecimiento de la población y las mejoras en las infraestructuras y equipamientos (Hashi y Stojčić, 2013; Camisón y Villar-López, 2014).

Se entiende por Innovación, la concepción e implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el mercado y la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados. (Manual de Oslo: 2005). La destrucción creativa es el proceso de transformación que acompaña a la innovación, últimamente la palabra innovación es utilizada en el contexto de modernismo económico y progresista. La innovación es la perturbación necesaria para romper con la economía estática, como el propio desarrollo empresarial establece para las bases del

crecimiento económico. (Schumpeter 1912). P. Drucker decía que la innovación es un trabajo racional, premeditado, sistemático y organizado. Porter la define como un elemento de competitividad empresarial de los países (Gurrutxaga 2011). Muchos relacionan la innovación con uno de los objetivos de política económica al que los investigadores están prestando más atención en las últimas décadas, es decir, el crecimiento económico. (Malerba y Brusoni, 2009).

Mary Richmond, pionera del trabajo social decía: Cuando hay una evidencia social, se necesita realizar un buen diagnóstico de los problemas sociales e ir más allá de los síntomas presentados y buscar las causas más profundas y complejas (Múnera, 2002). La innovación social hoy se aprecia en un contexto amplio, donde se pueden tomar muchos investigadores como referencia, entre ellos: Joseph Schumpeter, Max Weber, William Ogburn, Stuart Conger, Paul R. Bélanger, Benoît Lévesque, Denis Harrison, Agnès Hubert, Geoff Mulgan, Frank Moulaert, Jürgen Howaldt, Joseph Hochgerner, Ander Gurrutxaga, Javier Echeverría, Mónica Edwards, Heloise Buckland, David Murillo, Adolfo Rodríguez Herrera, Hernán Alvarado Ugarte, Wolfgang Zapf, etc., y qué decir de las organizaciones existentes y congresos sobre el tema. Tantos investigadores como tantas investigaciones hay sobre la innovación social, nos muestran muchas definiciones en diferentes contextos.

A pesar del alto número de investigaciones argumentadas en el campo de la innovación social (Alcázar, Valderrama, Gerónimo 2019, Paz y Lebrero 2016, Ávila y Campos 2018, Rodríguez, Márquez y Arias 2018), no se identifican los elementos que mencionen cómo ésta impacta en

las PYMES como una estrategia para generar ventaja competitiva en el mercado empresarial.

Olmedo (2011), destaca que las PYMES son actores importantes en el desarrollo productivo de los países de la región latinoamericana. De ahí la importancia de que éstas integren a la innovación social como estrategia encaminada a su fortalecimiento.

### **Pregunta de Investigación**

¿Cuál sería el impacto de la innovación social como estrategia en la PYMES para generar una ventaja competitiva en el mercado empresarial?

### **Objetivo**

Proponer la innovación social como estrategia en las PYMES para generar una ventaja competitiva en el mercado empresarial.

### **Revisión de la Literatura**

#### **Aspectos generales del enfoque de innovación social**

Ante una situación definida por las situaciones sociales y ambientales sin respuesta, no es raro ver un comportamiento de las empresas de acuerdo a su aportación en las soluciones de dichos problemas. Varias de dichas iniciativas son ejemplos de innovaciones sociales que ofertan productos nuevos, relaciones y procesos para bonificar a los grupos de personas más desfavorecidas en asuntos como la salud, educación, seguridad y medio ambiente, entre algunos otros. (León, Baptista y Contreras 2012). Las prácticas de innovación social ya se anunciaban durante los últimos años de cambio acelerado, durante los cuales se han desgajado ciertas estructuras sociales que están siendo remplazadas por otras más. La coyuntura de transes económicos y financieros que caracterizan un cambio de década

ha apremiado sin lugar a duda dicho proceso. Los problemas sociales y del medio ambiente son característica de una sociedad cada vez más frágil e interdependiente han manifestado y estimulado la necesidad de emprender acciones que den soluciones novedosas, al mismo tiempo que aporten rasgos de tipo social. (Hernández, Tirado y Montes 2016). El reto de la innovación social es más complejo y desafiante que el simple cambio de las capacidades de innovación comunes que ya se tenían como objetivos sociales. La innovación examina su misma reinención; es decir, convierten los conceptos y prácticas absolutas para que la deliberación, participación y comunidad sean fundamentales. Dichas aspiraciones transformacionales otorgan una oportunidad de reconocer y proyectar las características de la innovación, sustancialmente reguladas en busca de una innovación más democrática. (Smith 2017).

Otro componente que otorga valor para la realización de la investigación en el campo de la innovación social es que los métodos de innovación social comercial han sido el centro de una importante investigación académica. Considerando que abundan estrategias nacionales para promover la innovación en los negocios y la tecnología, para distinguir y promover la innovación social. (Nicolás 2016).

La innovación social crece rápidamente, es así que, los desafíos sociales exigen una nueva perspectiva en el análisis y la aplicación de la innovación. La innovación social en la política juega un papel importante, su enfoque inhibe en el sector público, siendo una aproximación emergente para conformar y explicar las relaciones entre el Estado, la sociedad y el mercado, además, atribuye a satisfacer las necesidades de cada ciudadano en sus diferentes contextos. Los modelos de

innovación social establecidos por el gobierno deben ser menos ideologizados, la finalidad es establecer marcos innovadores estables en donde intervengan los distintos factores que conforman la innovación social. Paz y Lebrero (2016). En la actualidad el concepto de innovación social es un foco de atención en los diferentes ámbitos tanto académicos como profesionales, sociales y políticos. Por ello, se debe intentar medir hasta qué punto un “objeto de innovación”, puede ser considerado como una innovación social en organizaciones no lucrativas, adoptando una perspectiva de análisis más amplia, tomando en cuenta nuevas ideas aplicadas en productos, servicios, procesos, etc., que específicamente sean innovadores para la sociedad. Smith, A. (2017).

La participación de las universidades en la investigación para identificar elementos de mejora e implementarlos suelen ser un gran apoyo para estancias públicas, de gobierno y privadas. Las universidades contribuyen de manera significativa en el desarrollo de competencias, pudiendo aplicar sus conocimientos en temas relacionados con la innovación social. Se formula un modelo que implemente programas de apoyo que impulsen y faciliten la gestión universitaria de la innovación social como objeto de estudio, constituyendo un espacio exclusivo para los estudiantes ya que, los beneficios se orientan a la comunidad universitaria, así como con el exterior. Paz y Vallejo (2019). La Innovación Social desde la creatividad social, permite ampliar el panorama de las disciplinas del diseño para reducir la incertidumbre creativa al interior de una comunidad, y proponer valor social a través de las soluciones que ellas mismas propongan. Cely, Martínez & Bonilla (2014). Las PYMES tienen el propósito de invertir más en innovación, consolidar estrategias de innovación y

buscar oportunidades de negocios para lograr ser más competitivas. Actualmente la presencia de estudios de género es muy importante. Haciendo una comparación y análisis entre hombres y mujeres que dirigen una empresa, se consideran aspectos generales de la compañía, estrategias, calidad, tecnología e innovación, dando como resultado que no existen grandes diferencias entre las empresas y que tanto hombres como mujeres pueden participar y aportar ideas que generen valor y en conjunto intervengan para el crecimiento de la empresa y estas sean mayormente innovadoras para la sociedad. (Villareal, Ramos y Luna 2018).

### **Alcance y limitaciones de la innovación social.**

El sistema social humano enfrenta problemas sociales complejos e iniciativas que provienen de diferentes actores sociales que nacen para tratar de abordar estos problemas sociales complejos. La innovación social es el campo donde funcionan estas iniciativas, por lo que también es un campo complejo para identificar y enmarcar (Colquechambi, Nakamura y Yu 2018). Las innovaciones sociales pueden describirse como actividades, actitudes y formas de trabajo que ayudan a contribuir al cambio social. Se usarán de manera que el bienestar social, la justicia, la inclusión, y la aportación a los problemas ambientales sería igual o fundamental para aspirar a beneficios. La innovación social como concepto ha estado siempre presente en la sociedad, sin embargo, el fenómeno se ha ido desarrollando a lo largo de décadas con el fin de satisfacer las necesidades cambiantes del público. En el pasado, las innovaciones sociales estaban principalmente vinculadas a organizaciones como cooperativas, sindicatos y clubes Incluso el dinero, las leyes y la libertad de voto se han considerado instituciones de

innovación social (Virkeyte y Wiklund 2019). La innovación social puede ofrecer formas alternativas de organización y soluciones novedosas a problemas complejos que enfrentan las sociedades contemporáneas. A medida que los gobiernos enfrentan presiones crecientes debido a los crecientes desafíos sociales, se considera que la innovación social puede proporcionar soluciones de abajo hacia arriba de maneras que pueden crear un cambio transformador. Sin embargo, la relación dialéctica entre las iniciativas de abajo hacia arriba y el gobierno puede ser difícil y, a veces, contradictoria. Se considera que las políticas públicas pueden fomentar y apoyar la innovación social. Esto ha permitido comprender las potencialidades y limitaciones de la innovación social y el tipo de relaciones dialécticas que establecieron con las políticas públicas. De manera particular se ha considerado cómo las políticas públicas pueden fomentar y apoyar la innovación social (Gordon, Becerra y Fressoli 2017). Los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS de las Naciones Unidas son un marco bien conocido e integral para el desarrollo sostenible. Sin embargo, debido a la naturaleza superpuesta e interrelacionada de los objetivos, la acción hacia un objetivo puede contribuir positiva o negativamente a otro. Los centros de innovación social, incluido Impact Hub y el Centro de Innovación Social, usan los ODS para ayudar a los emprendedores sociales a tener un impacto positivo (Bhalerao, Louwerse, Quarmyne Y Ritchie 2019).

Aún con el interés que existe entre los políticos en los últimos años, la investigación en innovación social en las universidades es todavía escasa, la mayor parte de los proyectos son dirigidos al desarrollo de casos prácticos que pueden o no ser sobre la innovación social. La Unión Europea ha

solventado algunos trabajos de investigación sobre el tema, asimismo algunas universidades, sin embargo, el concepto aún denota algunas controversias. Se puede decir que la innovación social es multidisciplinar e intersectorial, sin embargo, también diferente de acuerdo al contexto territorial en el que se lleve a cabo, de ahí que desde distintos campos científicos se han desarrollado una infinidad de conceptualizaciones (Salom, Pitarch y Sales 2017).

La innovación social puede tener un cambio en una reunión de agentes interesados en el cambio. Frente a planteamientos demasiado radicales que convocan al enfrentamiento y al aislamiento a la conformidad ante la impotencia de actuar frente aún sistema en donde los recursos económicos y la tecnología imponen sus reglas. Así la innovación social necesita de una serie de situaciones objetivas y una serie de componentes subjetivos: La experiencia de vida y el aprendizaje que los integrantes añaden durante la mecánica innovadora. Donde existe innovación social, existe aprendizaje y transformación subjetivo, que se debe reflejar en mayor autoestima y autoconfianza en próximas innovaciones (Paz y Lebrero 2016).

### **Definición de la Innovación Social**

A pesar de ser un fenómeno en auge, en la literatura científica reciente no hay un consenso académico referente al significado sobre la innovación social. por el contrario, existe un concepto demasiado flexible, que puede ser estudiado desde varios enfoques, contextos y disciplinas. Esta brecha terminológica es compleja debido a la existencia de un sin número de prácticas coexistentes en la sociedad, lo que limita al establecimiento de modelos sistemáticos, que den lugar a una investigación científica mas rigurosa. Y todo esto a

pesar de la integración creciente en programas y políticas públicas, tanto por organizaciones como movimientos vinculados con el cambio social. Sin lugar a duda el concepto de innovación social se haya en la etapa de construcción, así como en búsqueda del acuerdo consensual en cuanto a su definición (Hernández et al, 2016). Los resultados de esta actividad innovadora pueden dar lugar a cambios considerables, transformacionales o radicales de la vida social (Smith 2017). De esta manera la innovación social hace referencia a los servicios y actividades innovadoras que son motivadas por el objetivo de complacer una necesidad social y que son predominantemente dados a conocer a través de organismos cuyos objetivos son meramente sociales (Nicolás 2016) La conveniencia de la innovación social para salir adelante ante los retos sociales, políticos, económicos y ambientales del siglo XXI, es descubierta no solo dentro de la Estrategia Europea 2020, sino además a nivel mundial. Desde Schumpeter, el concepto de innovación se ha enfocado, prioritariamente, en el desenvolvimiento tecnológico y económico, mientras que las Ciencias Sociales han puesto su mirada en los procesos sociales y sus resultados. En este contexto, la innovación tecnológica forma parte de la transformación, y debido a los modelos predominantes de emulación e invención, se ha transformado en el foco de atención (Howaldt 2016) Como tal, la innovación social a menudo se ve como un medio para lograr el desarrollo y el crecimiento al reemplazar la participación gubernamental construyendo sobre los ciudadanos y las empresas como actores de desarrollo independientes que toman el cambio y el desarrollo en sus propias manos (Bock 2016)

## **Innovación Social en las pymes**

Alcázar (2019) sostiene que en su región geográfica la principal fuente de trabajo son las PYMES, lo que causa que el valor agregado y el aporte desde el punto de vista de innovación, debiera apostarse todo en este eje. Sin embargo, en ocasiones no se perciben de esta forma, o no se le otorga la conducción que se necesita. Como resultado de la importancia de las PYMES. Es imprescindible la formación de innovadores sociales incluyentes y responsables, que desde su formación académica se les inculque cuál es una de las bases más importantes respecto a la generación de empleos y aportar desde su área. Para que la innovación se lleve a cabo en estas no solo los directivos deben comprometerse, también quienes trabajan con ellos, cada integrante en la empresa debe aportar su granito de arena desde su trinchera.

## **Metodología**

La metodología aplicada, es la de una investigación social, con enfoque hermenéutico, fundamentada en el análisis de textos. La información es secundaria, se utilizó la ficha bibliográfica para recoger la información.

## **Conclusiones**

La investigación busca generar un plan a partir de los textos explorados, los hallazgos y formulaciones encontradas de teorías basadas en realidades aplicadas de la Innovación Social.

Ese plan es como hacer efectiva la innovación social en las PYMES como estrategia para generar una ventaja competitiva en el mercado empresarial, entrelazando los diferentes actores que actúan como islas y pueden formar un todo. Al aplicar la innovación social debe haber movimiento y desplazamiento, no solamente movimiento; para

ganarle terreno a la negatividad social. El análisis teórico de los diferentes enfoques de Innovación Social, se complementaron con otras áreas del conocimiento para buscar su adaptabilidad a la realidad y mediante la investigación–acción, se pretenda tratar de forma simultánea: conocimientos y cambios sociales; de manera que se unan la teoría y la práctica.

## Referencias

- Alcazar Yancy, V. J., Escalante Valderrama, E. R., & Arrieta Geronimo, K. L. (2019). La formación de innovadores sociales responsables e incluyentes en las pequeñas y medianas empresas (pymes).
- Ávila, R. C., & Campos, J. L. M. (2018). La economía social ante los paradigmas económicos emergentes: innovación social, economía colaborativa, economía circular, responsabilidad social empresarial, economía del bien común, empresa social y economía solidaria. *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, (93), 5-50.
- Bernaola, G. (2016). Panorama actual de la Innovación Social en Latinoamérica. *Innovación social en Latinoamérica*, 21-27.
- Bhalerao, A., Louwerse, S., Quarmyne, M. T., & Ritchie, D. (2019). Social Innovation Hubs Supporting Social Entrepreneurs: Strategically Adopting the SDGs towards Sustainability.
- Bock, B. B. (2016). Rural marginalisation and the role of social innovation; a turn towards nexogenous development and rural reconnection. *Sociologia Ruralis*, 56(4), 552-573.
- Camisón, C. y Villar-López, A. (2014) Innovación organizacional como habilitador de capacidades de innovación tecnológica y desempeño empresarial. *Journal of Business Research*, 67, 2891-2902. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.06.004>
- Censo económico 2010 Y 2012 (2012) INEGI/Directorio Estadístico Nacional de unidades económicas (DENUE).
- Christensen, C.M.; Baumann, H.; Ruggles, R. y Sadtler, T.M. (2006): "Disruptive innovation for social change", *Harvard business review*, vol. 84, n. 12, págs. 94.
- Colquechambi, A., Ulu, G., Nakamura, M. y Yu, X. (2018). Una Exploración del Desarrollo Estratégico Sostenible (SSD) Complementado Herramientas de Innovación Social Transformativa (TSI).
- Córdoba-Cely, C., Martínez, F. J. V., & Bonilla, H. (2014). Innovación social: Aproximación a un marco teórico desde las disciplinas creativas del diseño y las ciencias sociales. *Tendencias*, 15(2), 30-44.
- de Fátima León, M., Baptista, M. V., & Contreras, H. (2012). La innovación social en el contexto de la responsabilidad social empresarial. In *Forum Empresarial* (Vol. 17, No. 1, pp. 31-63). Centro de Investigaciones Comerciales e Iniciativas Académicas.
- González, H. D. L. (2016). *Metodología de la investigación: propuesta, anteproyecto y proyecto*. Ecoe Ediciones.
- Gordon, A., Becerra, L., & Fressoli, M. (2017). Potentialities and constraints in the relation between social innovation and public policies: Some lessons from South America. *Ecology and Society*, 22(4). doi:10.2307/26799018
- GURRUTXAGA, Abad Ander. Condiciones y Condicionamientos de la Innovación Social. Universidad País Vasco. 2011.
- Hashi, I. y Stojčić, N. (2013): "The impact of innovation activities on firm performance using a multi-stage model: Evidence from the Community Innovation Survey 4", *Research Policy*, vol. 42, n. 2, págs. 353-66.
- Hernández-Ascanio, J., Tirado-Valencia, P., & Ariza-Montes, A. (2016). El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos. *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, (88), 164-199.
- Hernández-Sampieri, R., & Torres, C. P. M. (2018). *Metodología de la investigación* (Vol. 4). México^ eD. F DF: McGraw-Hill Interamericana.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2017). Alcance de la Investigación.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, R., & Baptista-Lucio, P. (2017). Selección de la muestra.
- Howaldt, J. (2016). 1.1 la innovación social: hacia un nuevo paradigma de innovación,". *Innovación Social en Latinoamérica*, 43.
- Idoiaga, G. E. (2017). Nuevas tendencias de la innovación social. *Tercer Sector*, 141.
- Jurado-Paz, I. M., & Morán-Vallejo, M. A. (2019). Gestión universitaria de la innovación social promovida desde espacios académicos relacionados con el emprendimiento, la investigación y la proyección social. *Revista de investigación, desarrollo e innovación*, 9(2), 261-272.
- MALERBA Franco y BRUSONI Stefano. Perspectives on Innovation, Cambridge University Press Cambridge, 2007.
- Meneses, J. (2016). El cuestionario.
- Mulgan, G. (2006): "The process of social innovation", *Innovations*, vol. 1, n. 2, págs. 145-62.
- MÚNERA Gómez Pilar y RICHMOND Mary. Su libro "Diagnóstico Social" casi un siglo después. Universidad Complutense de Madrid. 2011.
- Nicolás, J. O. (2016). Diseñando el cambio. La innovación social y sus retos. *Economía creativa*, (6), 9-34.
- Olmedo Carranza, Bernardo. (2011). Políticas de apoyo a las PYMES en América Latina: Entre avances innovadores y desafíos institucionales. *Problemas del desarrollo*, 42(167), 193-195. Recuperado en 21 de junio de 2020, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S030170362011000400011&lng=es&tln=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S030170362011000400011&lng=es&tln=es).
- Paz, E. C., & Lebrero, J. C. R. (2016). La innovación social desde el ámbito público: Conceptos, experiencias y obstáculos. *Gestión y análisis de políticas públicas*, (15).
- Rendón-Macías, M. E., Villasís-Keeve, M. Á., & Miranda-Navales, M. G. (2016). Estadística descriptiva. *Revista Alergia México*, 63(4), 397-407.
- Rodríguez, C. M., Márquez, I. G., & Arias, O. (2018). La cultura de innovación social en las organizaciones. *Punto de vista*, 9(13), 8.
- Salom, J., Potarch, M.D. & Sales, A. (2017): "Innovación social: estrategias urbanas en un contexto de cambio: el caso de la ciudad de Valencia", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 91, 31-58.
- Smith, A. (2017). Innovación social, democracia y makerspaces. *Revista española del tercer sector*, 36, 49-74.

- Schumpeter Joseph. Teoría del desenvolvimiento económico. 1912.
- Tracey, P. y Stott, N. (2017). Innovación social: una ventana a formas alternativas de organización e innovación. *Innovación* , 19 (1), 51-60.
- Valle, L. (2018). Determinantes de la Innovación Social. Un estudio empírico en empresas de Economía Social. Universidad de Murcia Facultad de Ciencias del Trabajo. Murcia, España.
- Villarreal, M. O., Ramos, L. G., & Luna, H. I. S. (2018). Comparación entre las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas dirigidas por mujeres y hombres en el Estado de Coahuila: Aspectos Generales, Estrategia, Tecnología, Calidad e Innovación. *Pistas Educativas*, 33(105).
- Virketyte, A. y Wiklund, I. (2019). El proceso creativo para la innovación social digital en el contexto de la integración de los migrantes.