

Factores de innovación organizacional en un actor no empresarial. Caso Asistencia Social y Desarrollo en Salud Pública, AC.

Rolando V. Jiménez Domínguez¹

María del Pilar Monserrat Pérez Hernández²

Mauro Santiago Pedro³

Resumen

Asistencia Social y Desarrollo en Salud Pública AC (ASYDESAP), se encuentra en un momento de cambio de acuerdo al entorno de la salud pública y Gestión de la Tecnología. Busca expandir sus intereses y lograr sus objetivos estratégicos y tecnológicos. En este contexto, la innovación juega un papel importante para situar los cambios e identificar los procesos o productos innovadores según el Manual Oslo (MO). En México, el estudio empresarial sobre innovación estuvo a cargo del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), sin embargo su objetivo estuvo centrado en empresas con mayor posibilidad de innovar. De acuerdo a la literatura revisada y en un afán por proveer de información sobre experiencias mexicanas que contribuyan a exponer casos de esfuerzos, capacidades o la innovación misma; el presente trabajo expone dichas recomendaciones a través de la experiencia de un actor no empresarial; que en el segmento de las Asociaciones Civiles dedicadas a los servicios, propone dar a conocer su caso como un actor no empresarial y no gubernamental relacionado con el tema de Innovación, la Gestión Tecnológica y la Salud Pública. **Objetivo.** Analizar los factores de innovación organizacional en un actor no empresarial, caso Asistencia Social y Desarrollo en Salud Pública AC. **Metodología.** El estudio de caso estuvo basado en la revisión de literatura especializada sobre capacidades organizacionales, Innovación, Gestión Tecnológica, Propiedad

¹ Profesor-Investigador, CIECAS-IPN, SNI-I, Becario SIBE y EDI del IPN-México.

² Profesora-Investigadora, CIECAS-IPN-México.

³ Alumno de la Maestría en Política y Gestión del Cambio Tecnológico, CIECAS-IPN; Becario PNPC-CONACYT ; Becario PIFI-IPN, tanger_mx@yahoo.es

Intelectual, planeación estratégica, planeación tecnológica y vigilancia tecnológica y adaptación del MO hacia las actividades tecnológicas de ASYDESAP. El análisis de los factores de innovación se fundamentó finalmente en el MO; sistematización de información para un análisis FODA; registro de los cambios más importantes y su cotejo con el MO. Asimismo, una entrevista semiestructurada con una persona clave a fin de recuperar las experiencias y rutinas relacionadas con los inicios, desarrollo y cambio tecnológico de ASYDESAP. **Resultados.** Existe una correspondencia del 100% entre los factores relativos y efectos de la innovación que dice el MO, tanto de manera transversal como horizontal. **Conclusiones.** ASYDESAP presenta un comportamiento favorable hacia la innovación, los factores encontrados según el MO, el marco teórico, las recomendaciones internacionales en materia de salud pública y los contenidos en GT fortalecen esta disposición. Aunado a considerar un capital financiero al amparo de los Programas del CONACYT, PYMES, IMSS y SEDESOL y el proveniente de agentes dedicados al financiamiento de capital de riesgo.

Palabras clave: innovación, salud pública, gestión tecnológica, propiedad Intelectual

Introducción

Teece y Pisano (1994) mencionan que las organizaciones y sus empleados necesitan tener la capacidad de aprender rápidamente a fin de responder a distintos cambios si desean obtener una ventaja competitiva, tanto en tiempo como en el contexto en que trabajan. Esta manera de actuar pone de manifiesto la importancia del aprendizaje en la obtención de una ventaja competitiva; la capacidad para competir, ganar participación en el mercado, incrementar los beneficios económicos y por consiguiente expandir sus intereses, propios y de la organización (Escorza y Maspons, 2001).

En ambos argumentos se puede observar a la empresa como organización; ni es estática ni mucho menos absoluta. Es decir, existe una limitación para medir lo que no se visualiza pero que forma parte de la vida organizacional y que en definitiva, como se ha reconocido, puede colocar en desventaja a la organización si no se decodifica dicha actividad. Ejemplos son la relación con el cliente, tener productos y servicios de acuerdo a una actividad intangible; rutinas que constantemente influyen sobre la permanencia en el mercado, por lo que la organización tiene que considerar aquello que interviene para generar un bien. Por ejemplo, en diversos países de la Unión