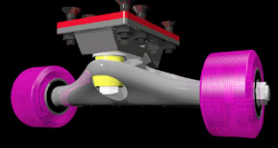


IMPROVISACIÓN vs. PROSPECTIVA



<< El principal error de las empresas es el miedo al cambio y el segundo es la rigidez. >>
 - María Romero - [ACCENT Marketing]

Existen diferentes técnicas prospectivas, tales como: Método de Expertos, método Delphi, tempestad de ideas, análisis estructural, juego de actores, matrices de impacto cruzado, escenarios, entre otras, las cuales pueden resultar fecundas en la planificación y gestión de mercadeo, siempre y cuando se les considere como técnicas que producen acciones anticipatorias posibles o probables para la construcción de un futuro lejano más conveniente.



Se aproximan cambios tecnológicos y para afrontarlos es necesario contar con una visión estratégica a largo plazo. Se debe definir un futuro conveniente para nuestras empresas en vez de ocultarnos detrás de la improvisación.

Es imperativo tener una percepción del presente: ¿en dónde estamos?, al igual que una percepción del futuro probable: ¿para dónde vamos? y así, de esta forma poder enfrentar el diseño y la construcción de un futuro deseable: ¿hacia dónde queremos ir? y sus respectivas estrategias de desarrollo: ¿hacia dónde podemos ir?

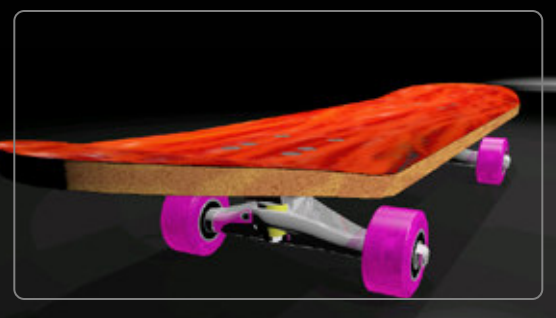
En otros términos:
 La prospectiva permite estimar el escenario probable, el cual no es otra cosa que una visión de lo que podría acontecer si las cosas no varían significativamente. Y se ha podido contar con un 'escenario deseable' que es lo que quisiéramos que fuera el futuro y que va a servir de referencia para emprender hacia él acciones y proyectos que permitan lograr metas significativas.

Por otra parte, es preciso anotar, las diferencias entre distintas vías de aproximación para visualizar el futuro y que frecuentemente se confunde en la elaboración de escenarios:

PRONÓSTICO	Es la probabilidad de un futuro basado en eventos presentes.
PROYECCIÓN	Es la imagen del futuro según las tendencias históricas actuales y pasadas.
PREVISIÓN	Es adaptarse al futuro basándose en sucesos probables.
PROSPECTIVA	Es concentrar la atención del provenir imaginándolo a partir del futuro.

La prospectiva permite crear tendencias futuras, como es el caso de SONY quienes ya tienen diseñados los productos que se usarán en los próximos 10 años. Es decir, nos permite crear estrategias de mercado a mediano y largo plazo, así como los posibles comportamientos futuros. Ello trae consigo la flexibilidad, ya que por tratarse de una visión a alcanzar en varios años, permite la elección de futuros alternativos.

El propósito de la prospectiva es preparar el camino desde el futuro para el futuro, es crear el futuro.



Vertientes de la Innovación



La visión prospectiva se comporta como un filtro para que las ideas lleguen a ser innovadoras, buscando un equilibrio entre los recursos técnicos (¿Se puede hacer?) y los recursos económicos (¿Tengo el dinero?).

UN MOMENTO PARA PENSAR!!

Suponga el siguiente escenario: Usted tiene a cargo el **Área de Innovación** de una compañía textil, dedicada a la fabricación de impermeables. Si históricamente la temporada de octubre se caracteriza por ser lluviosa y el pronóstico para el 2014 es que la lluvia va a estar acompañada de partículas nocivas para la piel y para las telas actuales, Entonces ¿Qué haría usted para convertirse en el líder del sector? Cree la proyección, la previsión y la prospectiva con la que su empresa alcanzará un futuro probable.

TOOLBOX es una empresa dedicada al diseño de prototipos virtuales mediante la utilización de software y hardware 3D.



toolbox3d@yahoo.com
 Tel: (+57 4)4165845
 Cl. 35 81A - 23
 Medellín - Colombia