

Prospectiva Estratégica



MARCOS URARTE. Profesor invitado del Massachusetts Institute of Technology (MIT) y de la Universidad Nacional de Singapur (NUS).

La prospectiva es la definición de futuros plausibles, a través de la aplicación de metodologías, con la finalidad de establecer probabilidades de ocurrencia, combinando lógicas cualitativas y cuantitativas, para comprender el futuro y con el objetivo último de incidir sobre las variables necesarias para crear el escenario más favorable a nuestros intereses.



LA PROSPECTIVA ES UNA PARTE DEL ANÁLISIS ESTRATÉGICO QUE FACILITA LA TOMA DE DECISIONES.

Constituye un espacio imaginario en el que se combina lo posible con lo deseable.

Los principales objetivos de la Prospectiva Estratégica podrían ser:

- Identificar futuros posibles, pues no se trata de predecir el futuro, sino de estar preparados para ellos. Estos futuros pueden ser: probables, posibles, plausibles, preferibles...
- Facilitar la toma de decisiones.

- Contemplar la segunda derivada influenciadora.
- Anticiparse a las necesidades de nuestros *stakeholders*.
- Definir alertas tempranas de amenazas y riesgos.
- Gestionar el mapa de riesgos con una visión holística.
- Incrementar la resiliencia de la organización ante impactos disruptivos y eventos inesperados.
- Crear escenarios deseados.

Los impactos se pueden agrupar en:

- Sociodemográficos
- Medioambientales
- Tecnológicos
- Macroeconómicos
- Político-legales
- Geoestratégicos

Estamos en medio de una revolución tecnológica de un alcance inimaginable. La convergencia de la nanotecnología, la biotecnología, la Inteligencia Artificial, el 6G y la computación cuántica, darán vida a la 5ª revolución tecnológica.

Algunos de los impactos, a nivel general, que han llegado para quedarse son:

- El cambio en la mirada estratégica: de la proyectiva a la prospectiva.
- El teletrabajo: hasta ahora ha sido un modelo exitoso de improvisación y ha de formar parte de un modelo de gestión.
- La transformación digital: se producirá una aceleración.
- La ubicación del cliente en el centro de todas las decisiones.
- La preocupación por la resiliencia de las organizaciones.
- La sostenibilidad como un eje estratégico de vital importancia.

