

Título Herramientas prospectivas en Argentina

Tipo de Producto Material Didáctico

Autores Barrientos, Jorge Washington

Código del Proyecto y Título del Proyecto

A14A01 - Herramientas prospectivas en empresas medianas de capital privado

Responsable del Proyecto

Barrientos, Jorge Washington

Línea

PyMEs

Área Temática

Administración y Recursos Humanos

Fecha

Mayo 2015

INSOD

Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas
Proyectuales

FUNDACIÓN
UADE

Herramientas prospectivas en Argentina

(Resumen de divulgación en 4000 caracteres de las conclusiones de la investigación ACyT A14A01 @ INSAD | UADE)

Jorge Washington Barrientos
Profesor Asociado Ordinario (FADA/UADE)
jbarrientos@uade.edu.ar

Las empresas de origen argentino utilizan menos herramientas prospectivas en comparación con sus contrapartes extranjeras y las principales razones para ello se atribuyen al tiempo que demandan pero también a la falta de capacidad y voluntad gerencial.

Esto se desprende de las conclusiones de la investigación llevada a cabo en una Actividad de Ciencia y Técnica (ACyT) como parte de la programación del Instituto de Administración de la Universidad Argentina de la Empresa (INSAD/UADE). El estudio tuvo como objetivos: (a) convalidar presunciones respecto de las herramientas prospectivas; (b) establecer su grado de utilización; (c) realizar un diagnóstico sobre la adopción de estas técnicas, y (d) elaborar una guía para incrementar su adopción.

El trabajo recopiló testimonio de 51 empresas, 35 de ellas de origen argentino, 6 europeas y 10 del resto de américa; de todas ellas, 20 son PyMES, 10 medianas y 21 grandes empresas; en cuanto a la antigüedad, 4 empresas operan hace menos de 5 años, 20 entre 6 y 20 años, y 27 con antigüedad superior a las dos décadas.

La prospectiva es un campo de conocimiento que agrupa técnicas encargadas de establecer relaciones entre causas explicativas de la evolución y la previsión de situaciones que se puedan construir a partir de las mencionadas relaciones, su atractivo y utilidad las destacan dentro del arsenal de herramientas para la Alta Gerencia como estrato o la Dirección Estratégica como función.

El interés sobre las herramientas prospectivas surgió en la década de 1940 como parte de los esfuerzos durante la segunda guerra mundial, muy poco después conglomerados empresariales (Ej.: SHELL, Toyota) empiezan a trabajar consistentemente con estas herramientas; una década después el mundo académico también las incorpora como área de estudio.

Estas herramientas tienen el propósito de preparar a la organización para el futuro mediante el análisis, no hablamos de futurología, sino de identificar decisiones presentes que mejoran la posición futura de la organización.

La investigación realizada ha mostrado la existencia de herramientas de alta utilización (Planeamiento, FODA); de media utilización (Consulta a expertos, Escenarios, APO); y baja utilización (PESTEL, Simulaciones, DELPHI, Otros). Estas herramientas tienen mayor frecuencia de utilización por parte de las empresas europeas, seguida por otras empresas de origen americano, y en menor medida por empresas argentinas; el origen de la empresa mostró ser el mejor predictor de adopción en comparación con la antigüedad y tamaño de la organización.

En cuanto a las dificultades para la adopción de tales prácticas se identificaron tres (3) grupos de razones en función de la cantidad de menciones:

- Razones principales (Falta de capacidad gerencial, tiempo que demanda su elaboración, falta de voluntad gerencia) que representan el cuarenta y seis punto ocho (46.8%) de las menciones;
- Razones secundarias (No hay técnicas específicas para mi negocio, Argentina es impredecible, Son técnicas costosas) que totalizan el treinta y tres por ciento (33%);
- Razones terciarias (Son técnicas imprecisas, Nada suple a la intuición, otros) que suman un veinte punto dos (20.2%) de las menciones.

Otro aspecto que se destaca en la investigación, es que tales argumentaciones son consistentemente mencionadas por organizaciones de todo tamaño y origen.

Finalmente, se han identificado acciones para incrementar la utilización de tales herramientas: (a) trabajar con la dirección en la sensibilización, capacitación, ilustración de la utilidad de dichas técnicas; (b) buscar metodologías que balanceen solidez, practicidad y utilidad para negocios específicos; (c) articulación de esfuerzos conjuntos con actores sectoriales (Ej.: cámaras empresarias) para desarrollar una plataforma prospectiva común; (d) potenciar relaciones con las comunidades de estudio (Ej.: actividades de investigación, desarrollo y capacitación específicas para compañías).