



knowsquare .

BEATRIZ SIGÜENZA

18 DE JUNIO DE 2013

# EL TIEMPO DE CREAR NUEVAS PREGUNTAS

---

ARTÍCULO

knowsquare .

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa de la  
Autora y Know Square S.L.

Cambiar el paradigma de buscar soluciones a dedicar tiempo a buscar nuevas preguntas es el nuevo reto para adaptarse al cambio.

Un ser humano nace con un cerebro en blanco que va llenando de información a medida que crece. Los tres primeros años de vida se dedica a aprender el idioma. De los tres a los seis años viven una etapa mágica por la que está todo el día haciendo preguntas, para pasar a la etapa donde la educación nos hace aprender la respuesta o solución más adecuada.

¿Por qué nos educan en la búsqueda de soluciones y se olvidan de la búsqueda de nuevas preguntas? La educación parte de la hipótesis de que todas las preguntas están hechas y es necesario buscar la mejor respuesta, esa que enseñan a memorizar creando un patrón mental para no olvidarla. Se penaliza al alumno que plantea nuevas formas de hacer con frases como: *"Esto se hace así"*.

Pero, ¿Son lo mismo estas dos ecuaciones?

- $5+5=?$
- $?+?=10$

Aparentemente sí. Sin embargo en la primera ecuación sólo hay una solución posible, que ha sido registrada en la mente y se contesta sin pensar. En cambio la segunda tiene infinitas respuestas, ya que la pregunta ha cambiado y obliga a generar una solución diferente que no se encuentra en un patrón mental establecido.

Es un ejemplo sencillo que ayuda a explicar la importancia de reformular las preguntas de siempre. Profundizar y estimular en la creación de nuevas cuestiones que nos lleven a generar ideas diferentes es de vital importancia ya que una pregunta genérica, lleva a respuestas genéricas.

Cuando se quiere llegar a soluciones nuevas, es necesario pararse a pensar bien la pregunta. Einstein lo explicaba muy bien, decía: *"Si tuviera una hora para resolver un problema y mi vida dependiera de ello, dedicaría 55 minutos a la buscar la pregunta y sólo 5 para encontrar la respuesta"*.

En la coyuntura actual las empresas que quieran sobrevivir al cambio se han de parar a diseñar nuevas preguntas. Deberían fomentar que las personas que configuran la organización piensen en nuevas cuestiones o reformulen las preguntas de siempre: ¿Cómo vender más?

¿Cómo hacer que el producto acabe en casa del cliente? ¿Cuál sería la estrategia para que un cliente vuelva a comprar? ¿Qué servicios puedo crear alrededor de mi producto para aumentar la satisfacción del usuario? ¿Cómo conseguir que el cliente prescriba el producto? ¿Si mañana la empresa se queda sin clientes, qué producto o servicio se puede crear con el conocimiento de la misma? ¿Qué se puede cambiar en el producto actual para introducirlo en otro sector?

Romper los esquemas mentales establecidos en las personas que componen la organización es un reto relevante, pero se puede empezar cambiando los *brainstorming* por las lluvias de preguntas. Fomentando que por cada problema se creen tres nuevas preguntas o que antes de dar una solución, piensen cuestiones desde los diferentes aspectos que tiene el reto a solucionar. Si la empresa tiene

prisa, es aconsejable asesorarse por las personas más profesionales en la creación de preguntas, los niños.

¿Cuál es la pregunta de hoy?

© Beatriz Sigüenza  
© Know Square S.L.