

Activemos la curiosidad




**ERIKA
JARA**
PROFESORA
DE ESAN

CONTRARIO A LO que nos enseñaron en casa o en el colegio, la curiosidad es uno de los atributos que más deben practicar los profesionales modernos. Con la automatización como punta de lanza de la transformación digital (con fuerte impacto en la infraestructura de las organizaciones, el perfil de los clientes y los modelos de negocio), quien no sea curioso tendrá mayores problemas para innovar y emprender.

Las empresas que apues-

ten con éxito por la automatización dependerán más del trabajo mental que del operativo, por lo que urge desarrollar habilidades blandas, trabajo analítico y, sobre todo, curiosidad.

La curiosidad es una emoción inherente del ser humano; lo impulsa a descubrir o averiguar aquello que desconoce, lo motiva a no quedarse con la información de rutina o lo mínimo requerido para su puesto, a profundizar sus conocimientos e ir más allá. Mejora la capacidad de resolver problemas, permite fijar la atención, facilita la toma de decisiones y aumenta la perseverancia para alcanzar sus metas.

También vale señalar que la curiosidad va de la mano con



la imaginación. Cuando algo activa nuestra curiosidad, todos nuestros sentidos entran en alerta para recoger información, explorar, investigar e imaginar posibles respuestas a nuestras preguntas. Al mismo tiempo, necesitamos una imaginación sin límites para hacernos preguntas, dejando de lado nuestros propios paradigmas o juicios.

Entonces, ¿cómo lograr colaboradores más curio-

sos y creativos? Pues, en el ámbito empresarial, los gerentes y jefes de área tienen un papel fundamental para fomentar la curiosidad entre sus empleados, los cuales deben apuntar a desarrollar los siguientes puntos:

1. Crear un espacio de confianza y libertad, donde los colaboradores no tengan miedo a equivocarse, y puedan cuestionar cómo se hacen las cosas;
2. El líder debe dar el ejemplo y formular preguntas desde la curiosidad, no desde el saber ni desde el ego. Es necesario generar preguntas para la reflexión y la crítica productiva;
3. Dar tiempo a la curiosidad en la rutina diaria, no enfocarse solo en objetivos. Por ejemplo,

Google otorga a sus empleados un 20% de su tiempo para pensar y generar proyectos de interés; 4. Generar espacios para la creación, mediante el juego, y experimentar con los otros miembros del equipo, dar vueltas a diferentes posibilidades y establecer simulaciones, es la forma natural que tiene el ser humano de conocer y aprender; 5. Reconocer los comportamientos deseados mediante motivaciones intrínsecas o trascendentes.

Las empresas deben tener una alta capacidad de adaptación para sobrevivir y sobresalir. El éxito está ligado a las preguntas que nos hagamos, no desde el miedo o la resignación, sino desde la curiosidad. Estos cuestionamientos iniciarán los procesos creativos que nos conducirán a ideas novedosas y formas muy disruptivas de hacer las cosas.