

# **Innovación con impacto: de la irrelevancia al liderazgo en turismo.**

Por Danna Acosta, Innovation Travel Specialist

*“Llega un momento en que es necesario abandonar las ropas usadas que ya tienen la forma de nuestro cuerpo y olvidar los caminos que nos llevan siempre a los mismos lugares. Es el momento de la travesía. Y, si no osamos emprenderla, nos habremos quedado para siempre al margen de nosotros mismos”.* Fernando Pessoa.

Estamos en la cúspide de una nueva era. A raíz de la pandemia global del COVID-19 fuimos testigos de cómo las principales tendencias esperadas para el siglo 21 como la transformación digital, la automatización, la emergencia climática y la lucha por las desigualdades comenzaron a materializarse en cada aspecto de nuestra vida y nuestro entorno. Este contexto, nos da la oportunidad única para repensarnos como sociedad, reinventarnos e innovar en nuevas formas de aportar valor.

La aceleración de estos cambios, generan un terreno fértil para realizar transformaciones más profundas que tienen como consecuencia una evolución de conciencia de los principales desafíos globales.

Gracias a los avances en neurociencias, sabemos que la mayor parte de nuestras decisiones son automáticas, están facilitadas por emociones y memorias previas y cambia con el contexto. Y justamente porque cambian con el contexto, se abre la oportunidad única de mirar al mundo con otra lente, y tomar decisiones que generen beneficios más allá de lo económico.

La transformación digital conlleva una transformación cultural, un cambio de paradigma centralizado en la 3 P: las personas, el planeta y el propósito. Las personas -clientes, usuarios, turistas, viajeros, colaboradores, comunidad local- cobran un rol central para asegurar nuevas prácticas que respeten y conversen nuestro ambiente. La búsqueda de propósito es otro de los ejes de esta transformación, en dónde aquellas marcas que generan valor a sus entornos no sólo son más resilientes a contextos cambiantes, sino más relevantes para el mundo.

La irrelevancia será uno de los principales desafíos frente a este nuevo contexto. La tecnología amplifica lo que existe, la utilicemos o no. Por ejemplo, si no estamos presentes en el mundo online, amplifica nuestra invisibilidad en el mundo. Si estamos presentes generando valor para otros, construyendo redes, amplifica el valor y esas redes se extienden mucho más allá de nuestras fronteras. Aquellas marcas, personas, organizaciones y destinos que busquen generar un impacto positivo, multiplicarán su impacto y relevancia para el mundo gracias a la tecnología. Por lo contrario, aquellas que no se animen a dar el salto, se quedarán, parafraseando a Fernando Pessoa, para siempre al margen de ellos mismos.

Los avances en materia de transformación digital y cultural son evidentes: ha cambiado nuestra forma de relacionarnos, vivir, trabajar, consumir y viajar.

Sin embargo, hay todavía un largo camino por recorrer en este sentido, y requiere un liderazgo individual y colectivo para aprovechar las oportunidades que generan las herramientas tecnológicas disponibles no como fin, sino como medio, para generar un cambio más profundo e innovaciones con triple impacto que requerirá: i) comprender a la transformación como un proceso cíclico, inevitable, constante y dinámico. ii) realizar un cambio de mentalidad y, iii) aprovechar la oportunidad para cambiar para mejor.

### ***Las 8 C de la transformación e innovación con impacto.***

Entender a la transformación como un proceso resulta relevante en un contexto como el actual. La transformación lejos está de ser un proceso lineal, sino un proceso cíclico, inevitable, dinámico y constante.

En el siglo 21, las C serán las protagonistas, serán los caminos que nos permitirán atravesar las transformaciones como un proceso. Esos ocho caminos son: *Caos, Consciencia, Claridad, Comunicación, Colaboración, Confianza, Creatividad, Constancia.*

**CAOS** Las transformaciones que estamos viviendo comienzan con el **Caos**. La palabra “caos” proviene del griego Χάος, que significa ‘espacio que se abre’, la oportunidad para generar cambios. El caos que traen las crisis desatan y ponen a prueba nuestros talentos porque nos impulsan a la acción.

**CONCIENCIA** Estamos frente a una **revolución de la consciencia**. En esta nueva realidad, se vio reflejado un crecimiento constante en los cambios de consumo, con preferencias cada vez más conscientes y responsables. Por ejemplo, en el estudio “How sustainability is

Fundamentally Changing Consumer” (2020), Capgemini identificó que la gran mayoría de los consumidores (79%) están cambiando sus preferencias de compra, basándose en criterios de responsabilidad social, inclusividad o impacto ambiental.

Asimismo, cada vez comprendemos más a nuestra mente. Somos conscientes de que todos tenemos “atajos mentales” como el sesgo de statu quo, que hace más difícil que las personas cambien sus hábitos, por ejemplo, cambiar un modelo de negocio. El exceso de confianza y el sesgo de optimismo también constituyen un desafío para nuestra mente y explican por qué pensamos que nuestras posibilidades de ser irrelevantes en un contexto cambiante son menores de lo que realmente son y por qué no aprovechamos las oportunidades de los cambios.

**CLARIDAD** Parafraseando a Yuval Noah Harari, en un mundo inundado de información irrelevante, la claridad es poder. En este contexto, radica la importancia del propósito. Tener un propósito como persona, marca, organización, destino es tener un objetivo a largo plazo, una visión. Su poder no sólo reside en la capacidad de motivarnos, sino en mantenernos enfocarnos. Y enfocarnos nos permite expandir.

**COMUNICACIÓN** Las palabras generan realidad, hemos visto como aquellas causas que perseguimos si no contamos con datos o herramientas difusión el mensaje no llega y no podemos generar los cambios que deseamos. La comunicación es una parte indispensable de este proceso y se debe generar de manera bilateral.

**COLABORACIÓN** Los grandes cambios se generan en comunidad y red, lo hemos visto en modelos de negocios como las redes sociales, pero también en redes de personas que reúnen esfuerzos y recursos para una lucha en común. El caso de Mujeres en Turismo de Argentina, es un ejemplo de ello. No podemos pensar en el futuro, si no es a través de la colaboración y la generación de comunidades.

**CONFIANZA** Como seres sociales adquirimos mayor confianza en entornos en los que nos sentimos parte, es por ello lo importante de la Colaboración antes de la confianza. La confianza es nuestra relación con la incertidumbre. Y estando en un contexto de cambios profundos y acelerados, la confianza en nuestros talentos y fortalezas será clave para liderar el cambio y generar una transformación. La osadía y el coraje para salir del status quo es el paso que nos lleva a generar los cambios que deseamos ver en el mundo.

**CREATIVIDAD** La innovación requiere generar soluciones nuevas a problemas existentes. Cultivar la creatividad y la curiosidad nos permitirá encontrar caminos alternativos para alcanzar nuestro propósito.

**CONSTANCIA** La constancia nos indica que la transformación es constante y requiere que estemos en constante adaptación y generación de cambios. Lo único constante es el cambio, pero hackear nuestro status quo y generar una mayor flexibilidad frente a los cambios, es necesario cambiar nuestra mentalidad.

### ***Mentalidad innovadora para una transformación consciente del turismo***

**Mentalidad de crecimiento** La mentalidad de crecimiento nos permite tomar todos los desafíos y convertirlos en un aprendizaje y una oportunidad de crecimiento. Es lo contrario a una mentalidad fija, en donde se cree que no se puede cambiar. La mentalidad de crecimiento es creer que nuestras habilidades y posibilidades pueden incrementar con el tiempo, porque lo único constante es el cambio y eso requiere un aprendizaje continuo.

**Mentalidad creativa** Creer es crear, asumir la responsabilidad de que podemos crear y diseñar el futuro que deseamos resulta fundamental. La creatividad es una habilidad que se puede entrenar. Implica explorar posibilidades y generar algo distinto, y es la clave de la innovación.

**Mentalidad colaborativa** Desarrollar el sentido de pertenencia nos permitirá generar impactos positivos mayores. Los recursos, hoy más que nunca, son limitados. La colaboración nos permite integrar las habilidades, recursos, conocimientos y herramientas para un bien mayor. La mentalidad colaborativa es la que orienta nuevos modelos de negocios win-win, en los que todos los integrantes ganan.

### ***El momento es ahora, es momento de cambiar para mejor.***

Estamos frente a una oportunidad única. Nos encontramos en la cúspide de una nueva era, que nos impulsa a innovar y experimentar nuevas formas de generar valor y repensar nuestro aporte al mundo.

Transformar requiere utilizar algo existente y convertirlo en algo nuevo. Hoy podemos aprovechar la energía del turismo para convertirla en la herramienta que nos permita alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Podemos ser irrelevantes para el mundo, o liderar el diseño de un mundo más igualitario, equitativo, respetuoso con el ambiente, en donde los viajes y el turismo no sólo generen oportunidades de desarrollo económico para sus comunidades locales, sino una experiencia de transformación para los turistas.