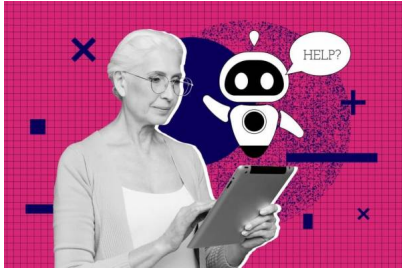


LAS 5 TENDENCIAS DE IA QUE TRANSFORMARÁN EL SECTOR TURÍSTICO EN 2025



La inteligencia artificial ya está haciendo temblar el mundo del turismo hoy en día. No es como cuando llegaban el Internet o los smartphones; la IA irrumpe, cambia las reglas y empuja a empresas y viajeros a replantearlo todo. A decir verdad, para el 2025 se espera que se vuelva una herramienta esencial, capaz de crear experiencias casi a la medida, automatizar tareas que antes parecían interminables y darle a cada negocio ese plus competitivo. Tourism Review, según sus análisis, destaca cinco áreas en las que esta tecnología está marcando la diferencia.

1/ IA generativa: personalización sin precedentes

La capacidad de crear contenido de forma casi mágica se perfila como indispensable para ofrecer viajes únicos. Esta tecnología te permite, por ejemplo, armar itinerarios que se ajustan a tus gustos, confeccionar guías de viaje diseñadas a partir de tus preferencias e inclusive generar imágenes que hacen que un destino cobre vida. Los chatbots impulsados por IA responden al instante y con sorprendente naturalidad, dejando atrás aquella idea de ayuda sin alma. En fin, está claro que estas herramientas han dejado de ser simples apoyos para convertirse en auténticos creadores de experiencias personalizadas.

2/ Agentes de IA: conserjes virtuales que te siguen a todas partes

Imagina contar con un asistente digital siempre al pendiente, casi 24/7, que aprende de tus costumbres, organiza tus rutas, gestiona reservas y se hace presente en tiempo real, sin que tengas que estar atado a una aplicación. Estos agentes no solo cumplen funciones básicas, sino que se transforman en compañeros de viaje que anticipan lo que podrías necesitar en cada momento. Es como tener un guía personalizado, casi como un amigo, que hace que la experiencia de explorar nuevos destinos sea más sencilla y agradable.

3/ Videos de IA: una nueva forma de ver y promocionar destinos

En diciembre, OpenAI presentó Sora Turbo, un generador de videos activable con tan solo un comando en texto, y que ya está disponible para usuarios de ChatGPT Plus y Pro. Poco después, Google sorprendió a todos lanzando Veo2, su versión mejorada de un generador de video. Por lo general, estos avances abren muchas posibilidades creativas y facilitan la labor promocional, especialmente para las pymes que cuentan con pocos recursos para marketing. Eso sí, aunque el potencial es enorme, algunos expertos insisten en que la calidad y madurez de estos videos aún deben evolucionar para cumplir con expectativas en campañas de gran escala.

4/ Automatización: redefiniendo la atención del cliente

La automatización promete simplificar la experiencia del viajero en cada paso. Para el 2025, la IA estará a cargo de diversas tareas en tiempo real, permitiendo interacciones mucho más fluidas. Por ejemplo, plataformas al estilo de Expedia podrán coordinar con unos pocos clics un paquete completo que incluya hotel, transporte y actividades; o sistemas que gestionen respuestas automáticas en correos electrónicos, eliminando largas esperas y ayudando a resolver dudas rápidamente. Estos avances, aunque surgen de manera progresiva y a veces con pequeñas inconsistencias en su implementación, se esperan como un cambio sustancial que mejore el servicio a nivel global.

Finalmente, la analítica avanzada se perfila como la brújula para la toma de decisiones en turismo. Gracias a herramientas que recogen y procesan datos en tiempo real, las empresas podrán prever tendencias y ajustar sus ofertas incluso antes de que surja una demanda clara. Generalmente hablando, esto significa poder personalizar servicios y reaccionar de forma casi instintiva a los cambios en las preferencias, proporcionando una ventaja estratégica importante. Aunque implementar estos sistemas requiere una planificación cuidadosa, se espera que esta capacidad de análisis se convierta en el pilar fundamental para definir el futuro del sector.

En resumen, estas innovaciones en inteligencia artificial se integran de manera poco predecible y natural en el turismo, aportando un toque casi humano a la tecnología. Entre pequeñas imperfecciones y sorpresas en cada actualización, tanto viajeros como empresas están a punto de experimentar una transformación que, sin duda, marcará el inicio de una nueva era en la industria turística. Las empresas han aprendido a contestar de forma veloz las dudas de sus clientes. Por ejemplo, algunos hoteles ya utilizan chatbots que hablan varios idiomas y responden en el idioma nativo de los huéspedes, funcionando ininterrumpidamente - las 24 horas del día y los 7 días de la semana! Esto, sin duda, ayuda a que los viajeros se sientan bien atendidos y, de paso, reduce los costes operativos en el sector turístico.

5/ Analítica avanzada: anticipando las necesidades del viajero

Ahora, cuando se trata de transformar el área de recursos humanos, se nota una especie de sinergia interesante entre la IA y las personas. Tecnologías como ChatGPT o DeepSeek permiten, en la práctica, quitar carga a los empleados con tareas repetitivas; pueden generar borradores de documentos, planes, correos e incluso hacer traducciones al instante. Esta herramienta no solo mejora el acceso a la información, sino que también ofrece soluciones hechas a medida, lo que posibilita que los trabajadores se centren en actividades más estratégicas y creativas. De hecho, un informe reciente de Google indica que cada empleado podría ahorrar, en promedio, 175 horas al año - lo que equivale a más de un mes de trabajo continuo. En suma, el impacto es notable, y las empresas, en la mayoría de los casos, se verían bien considerando la creación de un manual de usuario de IA para sus equipos.

Date: 2025-02-17

Article link:

<https://www.tourism-review.es/principales-tendencias-de-ia-que-estan-transformando-el-sector-turistico-news14797>