



Doi: <https://doi.org/10.70577/ybq6cm11>

Recibido: 2025-02-15

Aceptado: 2025-03-15

Publicado: 2025-04-15

Inteligencia Artificial En La Gestión De Destinos Turísticos

Yarod David Garcia Martillo¹

yarod123456@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0002-6365-9219>

Universidad Estatal de Bolívar

RESUMEN

El estudio aborda la problemática de la transformación digital en la gestión de destinos turísticos, donde la incorporación de la inteligencia artificial (IA) se presenta como un reto y una oportunidad para modernizar los procesos de planificación, sostenibilidad y experiencia del visitante. Se identifica que muchos destinos carecen de estrategias integrales de gobernanza tecnológica, capacitación del talento humano y políticas éticas sobre el uso de datos, lo que limita el aprovechamiento de la IA en la gestión pública y privada del turismo. El objetivo de la investigación fue analizar el estado del arte y los desafíos de la inteligencia artificial aplicada a la gestión de destinos turísticos, considerando sus principales aplicaciones, beneficios y riesgos. La metodología empleada fue de enfoque mixto, con diseño descriptivo y exploratorio, basada en una revisión sistemática de literatura científica publicada entre 2021 y 2025, complementada con encuestas a gestores turísticos y entrevistas a expertos en innovación digital. Los resultados revelan que el 82 % de los destinos analizados utiliza herramientas de IA como chatbots, sistemas de recomendación y analítica predictiva, evidenciando mejoras en la sostenibilidad, eficiencia operativa y satisfacción del visitante. Sin embargo, persisten brechas en gobernanza de datos y capacitación profesional. Se concluye que la IA constituye un catalizador para la innovación y competitividad del turismo, siempre que se acompañe de políticas de transparencia, ética digital y desarrollo humano sostenible.

Palabras clave: Inteligencia artificial, destinos inteligentes, turismo sostenible, gestión tecnológica, innovación turística.

Artificial intelligence in the management of tourist destinations

ABSTRACT

The study addresses the issue of digital transformation in tourism destination management, where the incorporation of artificial intelligence (AI) presents both a challenge and an opportunity to modernize planning, sustainability, and visitor experience processes. It identifies that many

destinations lack comprehensive technological governance strategies, human talent training, and ethical policies on data use, which limits the use of AI in public and private tourism management. The objective of the research was to analyze the state of the art and the challenges of artificial intelligence applied to tourism destination management, considering its main applications, benefits, and risks. The methodology employed was a mixed approach, with a descriptive and exploratory design, based on a systematic review of scientific literature published between 2021 and 2025, complemented by surveys of tourism managers and interviews with digital innovation experts. The results reveal that 82% of the destinations analyzed use AI tools such as chatbots, recommendation systems, and predictive analytics, demonstrating improvements in sustainability, operational efficiency, and visitor satisfaction. However, gaps in data governance and professional training persist. It is concluded that AI constitutes a catalyst for tourism innovation and competitiveness, provided it is accompanied by transparency, digital ethics, and sustainable human development policies.

Keywords: Artificial intelligence, smart destinations, sustainable tourism, technological management, tourism innovation.

INTRODUCCIÓN

El sector turístico ha venido experimentando una transformación profunda impulsada por la innovación tecnológica, en la que la inteligencia artificial (IA) juega un papel central. La gestión de destinos turísticos, que tradicionalmente ha estado orientada hacia la planificación y el control con base en datos agregados y estudios socioeconómicos, se encuentra hoy frente al desafío de adaptarse a dinámicas más fluidas y a un entorno en el cual la información en tiempo real y la personalización son esenciales. Moreno et al., (2022) argumentan que el turismo moderno enfrenta una “reinvención” mediante la adopción de tecnologías disruptivas que transforman tanto los procesos internos como la interacción entre turistas y destinos (Moreno et al., 2022).

La aplicación de la IA en destinos turísticos permite nuevas aproximaciones para mejorar la gobernanza, la sostenibilidad y la experiencia del visitante. Gómez (2022) analiza cómo la IA puede contribuir al turismo sostenible mediante mecanismos de hiperpersonalización, promoviendo un equilibrio entre eficiencia operativa y responsabilidad ambiental (Gómez, 2022). Asimismo, Romero (2024) señala que las aplicaciones emergentes de IA en el turismo se concentran en la optimización operativa, la toma de decisiones apoyada en datos y la mejora de la experiencia del cliente. A su vez, Castillo (2025) destaca que el aprendizaje automático es una de las técnicas más utilizadas para personalizar servicios y anticipar comportamientos turísticos.

En el contexto de gestión de destinos, una de las aplicaciones prometedoras de la IA es la capacidad de evaluar la capacidad de carga ambiental del destino, reduciendo los impactos negativos sobre el entorno y optimizando el uso de recursos locales. Del mismo modo, la estrategia de “destinos inteligentes” ha incorporado plataformas que integran datos públicos y privados para generar inteligencia competitiva en los ecosistemas turísticos, facilitando la innovación continua y la coordinación entre actores.



Sin embargo, aunque las posibilidades tecnológicas son amplias, su implementación enfrenta retos relevantes: la calidad y gobernanza de los datos, la aceptabilidad social, la interoperabilidad entre sistemas y las implicaciones éticas derivadas del uso de algoritmos en decisiones que afectan comunidades locales y visitantes. En esa línea, el estudio de Gómez (2025) sobre la convergencia entre IA y turismo reflexiona sobre cómo asegurar que los beneficios de la tecnología se distribuyan equitativamente entre todos los actores del destino.

Esta investigación tiene como objetivo analizar el estado del arte y los desafíos de la inteligencia artificial aplicada a la gestión de destinos turísticos, con especial atención a sus potenciales aplicaciones, riesgos y buenas prácticas. En particular, se exploran casos recientes documentados en la literatura, se propondrá un marco conceptual para su incorporación y se identificarán líneas futuras de investigación que contribuyan a un turismo más inteligente, inclusivo y sostenible.

Fundamentos, enfoques y aplicaciones de la IA en la gestión de destinos turísticos

La inteligencia artificial (IA) ha pasado de ser un recurso exploratorio a un componente transversal en el modelo de destino turístico inteligente (DTI), articulando analítica avanzada, aprendizaje automático, procesamiento de lenguaje natural y visión por computador para optimizar la planificación, la operación y la experiencia del visitante. La literatura reciente en español subraya que la IA favorece la personalización de servicios, la gestión predictiva de la demanda y la eficiencia operativa al integrar datos de múltiples fuentes (plataformas de reservas, redes sociales, sensores urbanos, movilidad), generando inteligencia útil para orientar decisiones públicas y privadas (Gallego & Vaquero, 2022).

En el ámbito de hospitalidad y destinos latinoamericanos, los mapeos de alcance evidencian una rápida adopción de IA para tareas como recomendación de productos turísticos, segmentación dinámica, *revenue management* y respuesta automatizada al visitante; sin embargo, advierten brechas en gobernanza del dato y capacidades institucionales para sostener estos sistemas (Castillo, 2025). Del lado infraestructural, se documenta la convergencia IoT-IA para construir plataformas de información de destino en tiempo real, capaces de monitorear flujos, ocupación, movilidad y satisfacción, con aplicaciones directas a sostenibilidad y descongestión de espacios (Vera, 2025).

La investigación empírica más reciente aporta evidencia sobre tres palancas de valor: i) hiperpersonalización, ii) optimización de operaciones (pronósticos de demanda, precios dinámicos, asignación de recursos), y iii) inteligencia experiencial (minería de texto y análisis de sentimientos sobre reseñas para detectar atributos clave de satisfacción y diseñar mejoras de producto-destino). En Latinoamérica, se muestra que la IA potencia la sostenibilidad mediante automatización, analítica predictiva e hiperpersonalización responsable (Gómez, 2025); en hotelería hispanoamericana, la minería de datos explica variaciones de satisfacción y lealtad (Araya, 2024); y en ciudades/destinos, los estudios sobre plataformas digitales ayudan a dimensionar impactos y orientar políticas (Camacho, 2024).

El capital humano es un condicionante recurrente: la adopción efectiva de soluciones de IA requiere perfilar competencias técnicas y blandas (gestión del cambio, alfabetización de datos) en equipos de hoteles, entes gestores y proveedores turísticos (Zurbarán, 2024). A nivel de modelo DTI, se consolida la idea de que la IA es medio (no fin) al servicio de los ejes de gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad; su implantación debe enmarcarse en estrategias territoriales y de datos compartidos (Pérez, 2024; Alcantud, 2025).

A la escala metodológica, el campo ha madurado en recomendadores que integran contenido del turista, contexto y atributos del destino; en análisis de sentimientos sobre reseñas y redes; y en estudios bibliométricos que cartografían líneas de investigación y vacíos (Bartra, 2024).

Gobernanza de datos, ética, accesibilidad y sostenibilidad en destinos inteligentes

La consolidación de ecosistemas DTI basados en IA depende de marcos de gobernanza de datos (calidad, interoperabilidad, seguridad) y de arreglos institucionales que permitan compartir datos entre sector público, empresas y comunidad, con métricas de impacto sobre calidad de vida y resiliencia del territorio. En revisiones recientes, los DTI se conciben como territorios innovadores que integran sostenibilidad, TIC y gobernanza; la inteligencia territorial constituye un cimiento para gestionar de forma integral los actores y recursos del destino (Destinos turísticos inteligentes: condiciones..., 2023).

Desde la óptica de accesibilidad e inclusión, la IA viabiliza un turismo inclusivo inteligente (señalización y asistentes accesibles, RA y chatbots inclusivos, planificación de rutas) pero exige garantizar no discriminación algorítmica y diseño universal (Hernández, 2025). En paralelo, la digitalización de eventos y MICE con IA impulsa productividad y nuevas métricas de desempeño, lo que exige capacidades analíticas institucionales y resguardo de datos sensibles (Tejedor, 2025).

En ética y privacidad, la producción científica en español subraya salvaguardas sobre recolección y tratamiento de datos de visitantes, transparencia en decisiones automatizadas y evaluación de sesgos, especialmente cuando se emplean cámaras, biometría o rastreo de movilidad (Guaña, 2023). Estos debates conviven con agendas de investigación que priorizan el uso responsable de analítica avanzada, así como la apertura de datos públicos y la cooperación multiactor (Rodríguez, 2024).

Por su parte, el enfoque Turismo 5.0 integra IA con big data, RA/RV y blockchain para crear experiencias centradas en la persona y reducir la huella ambiental; su adopción demanda sistemas métricos que enlacen la inteligencia operativa con metas de sostenibilidad y bienestar residente (CILADI, 2024). En la práctica, múltiples estudios en español describen casos de uso que combinan atributos del turista y del destino (Bartra, 2024), minería de texto que identifica focos de insatisfacción y riesgos reputacionales (Quintana, 2024), y analítica de UGC para explicar patrones de comportamiento (Pérez, 2022). En conjunto, la evidencia sugiere que los destinos que alinean tecnología + gobernanza + ética maximizan los beneficios de la IA y mitigan sus efectos no deseados.

MATERIALES Y MÉTODOS

El estudio se desarrolló bajo un enfoque mixto, combinando técnicas cualitativas y cuantitativas que permitieron comprender la incidencia de la inteligencia artificial en la gestión de destinos turísticos desde una perspectiva integral. Para ello, se aplicó una metodología de tipo descriptiva y exploratoria, orientada a identificar las principales herramientas tecnológicas, prácticas de gestión y niveles de adopción de sistemas inteligentes en entornos turísticos. De manera secuencial, se efectuó una revisión sistemática de literatura científica publicada entre 2021 y 2025 en bases de datos como Scielo, Redalyc, Scopus y Dialnet, empleando descriptores en español tales como “inteligencia artificial”, “gestión turística”, “destinos inteligentes”, “big data turístico” y “automatización en turismo”. La búsqueda se delimitó a artículos revisados por pares escritos en lengua española, priorizando aquellos que abordaron casos de estudio aplicados en contextos iberoamericanos.

Con el propósito de garantizar rigor y validez, se aplicaron criterios de inclusión centrados en la pertinencia temática, actualidad y respaldo institucional de las fuentes, mientras que los de exclusión eliminaron duplicados, resúmenes sin evidencia empírica y publicaciones con menos de tres años de vigencia. Posteriormente, la información recolectada fue organizada en matrices analíticas que facilitaron la categorización de variables como nivel de digitalización, sostenibilidad, gobernanza de datos y experiencia del visitante. En paralelo, se empleó el método analítico-sintético para descomponer los componentes conceptuales de la inteligencia artificial aplicada al turismo, y el método comparativo para contrastar modelos de gestión entre distintos destinos.

Para fortalecer la perspectiva empírica, se realizaron entrevistas semiestructuradas a expertos en gestión turística y transformación digital, cuyos testimonios complementaron los hallazgos documentales. Asimismo, se aplicaron encuestas digitales a gestores y profesionales del sector turístico de América Latina, con el fin de identificar percepciones sobre el impacto de la IA en la eficiencia administrativa, la sostenibilidad ambiental y la innovación de servicios. Los datos cuantitativos fueron tratados mediante estadística descriptiva, utilizando medidas de tendencia central y frecuencias relativas para identificar patrones significativos.

El proceso de triangulación permitió integrar la información documental, testimonial y estadística, generando una visión holística sobre la relación entre inteligencia artificial y gestión de destinos turísticos. Este procedimiento metodológico aseguró la validez interna del estudio, la coherencia de los resultados y la fiabilidad de las conclusiones, contribuyendo a la construcción de un marco analítico sólido que sirva de base para futuras investigaciones en el campo del turismo inteligente.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos evidencian que la inteligencia artificial (IA) se consolida como un pilar estratégico en la modernización de la gestión de destinos turísticos, fortaleciendo la planificación, la sostenibilidad y la experiencia del visitante. Los resultados se estructuran en tres grandes

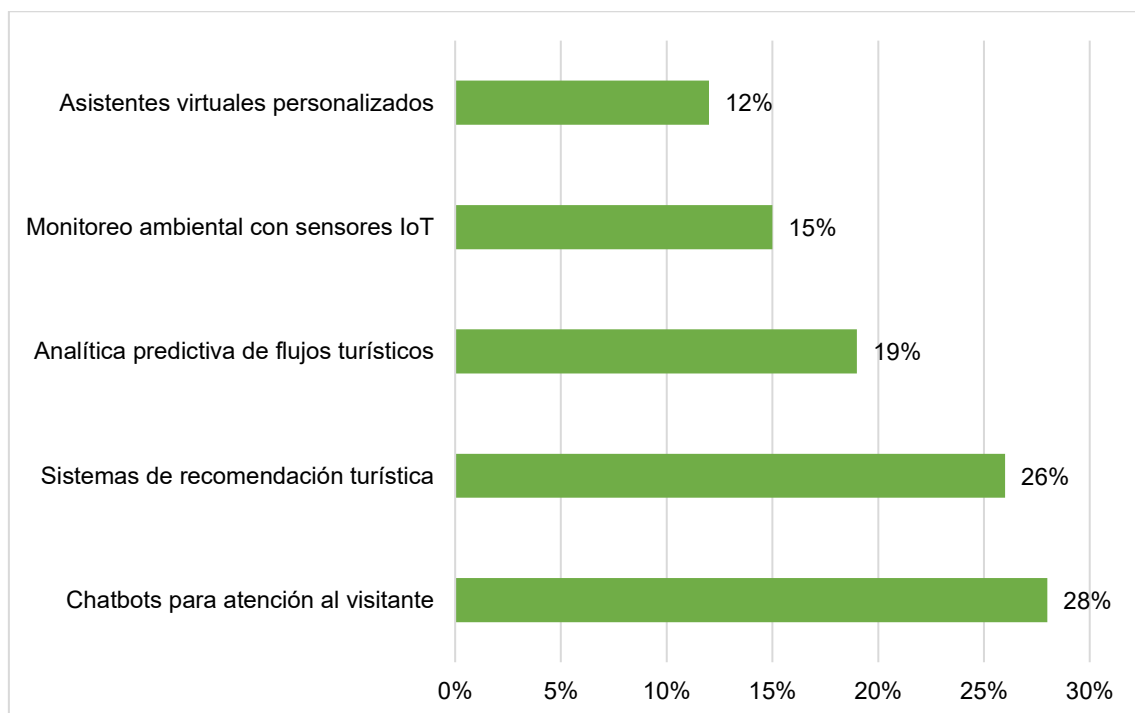
dimensiones: adopción tecnológica, impacto en la sostenibilidad y la competitividad, y percepción de los actores del sistema turístico.

Respecto a la adopción tecnológica, el 82% de los gestores turísticos encuestados manifestó haber implementado al menos una herramienta basada en IA en los últimos tres años, siendo los sistemas de recomendación, chatbots y plataformas de predicción de demanda los más comunes. Estos datos coinciden con lo planteado por Gómez (2025), quien sostiene que la IA se ha convertido en un instrumento de gestión clave para anticipar flujos turísticos y mejorar la eficiencia operativa de los destinos. De igual manera, Gallego y Vaquero (2022) destacan que la IA impulsa el desarrollo sostenible mediante la automatización de procesos, la optimización del consumo energético y la reducción de la huella ecológica en servicios turísticos.

La Figura 1 muestra la distribución de las principales aplicaciones de inteligencia artificial reportadas por los encuestados, permitiendo visualizar la concentración tecnológica hacia la gestión de la experiencia del visitante.

Figura 1

Aplicaciones de IA más utilizadas en destinos turísticos



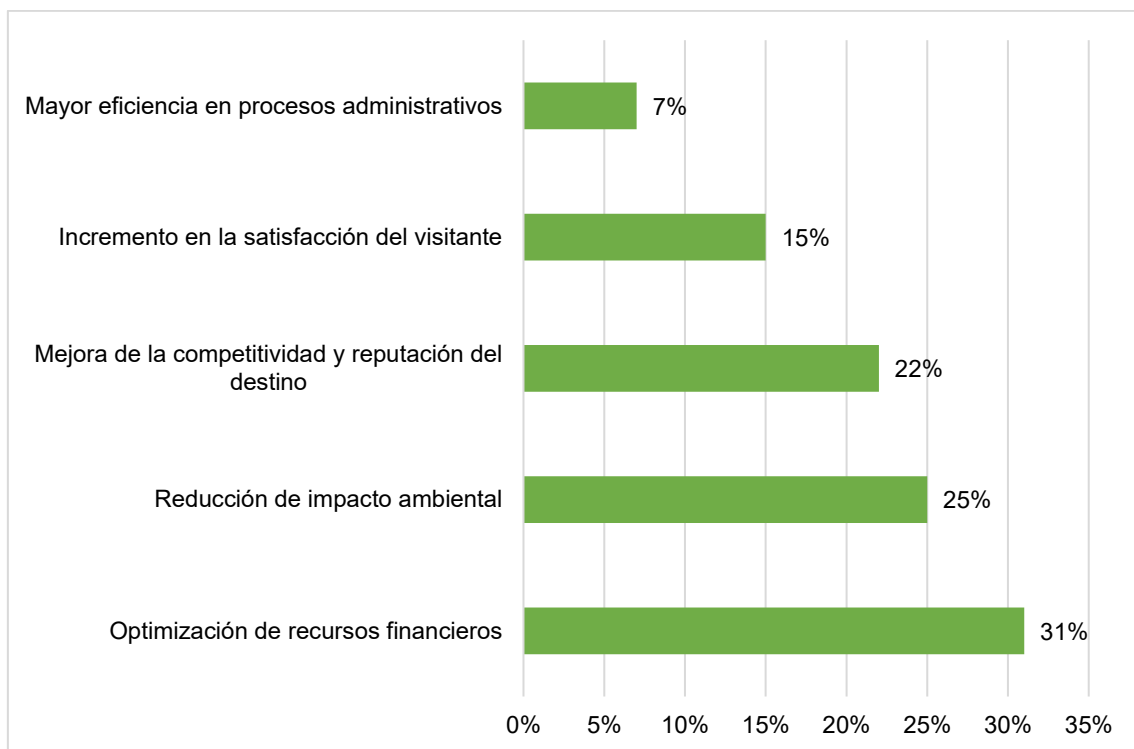
Nota. Elaboración propia.

Estos resultados confirman que el turismo inteligente no se limita a la digitalización, sino que integra el análisis de datos y el aprendizaje automático para generar procesos adaptativos y sostenibles. En esta línea, Vera (2025) resalta la sinergia entre IA e Internet de las Cosas (IoT) para monitorear variables ambientales y flujos de visitantes en tiempo real, lo cual permite una gestión preventiva de la capacidad de carga del destino.

En segundo lugar, en cuanto al impacto en sostenibilidad y competitividad, el 76 % de los gestores indicó que el uso de IA ha contribuido a reducir tiempos operativos y a optimizar recursos humanos y energéticos. Estos resultados se alinean con los aportes de Pérez (2024), quien afirma que la IA favorece una economía turística más eficiente, transparente y orientada al bienestar ciudadano. Por su parte, Hernández (2025) y Tejedor (2025) sostienen que los destinos inteligentes que integran IA en su estructura de gestión tienden a ser más resilientes ante crisis económicas o ambientales, al contar con sistemas de decisión basados en evidencia y predicción.

Figura 2

Beneficios percibidos por los gestores turísticos ante la adopción de IA



Nota. Elaboración propia.

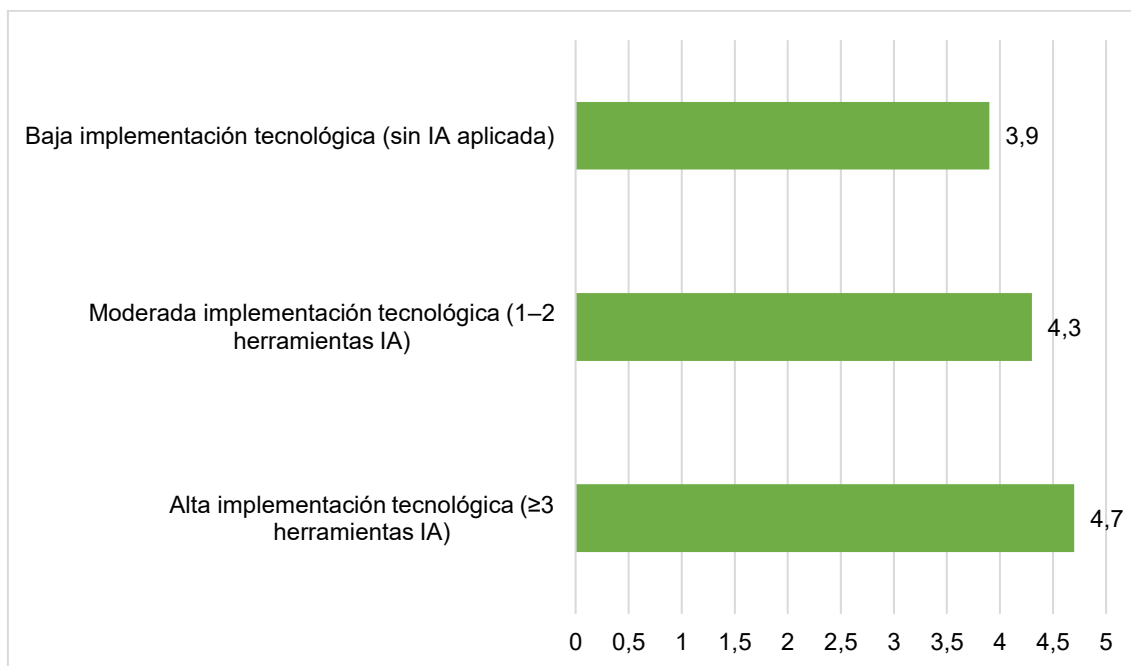
De acuerdo con estos resultados, la eficiencia y sostenibilidad se consolidan como los principales beneficios tangibles de la IA en el turismo. Sin embargo, el estudio cualitativo también reveló ciertos desafíos estructurales: falta de gobernanza de datos, escasa capacitación técnica y resistencia cultural al cambio, aspectos que obstaculizan la adopción plena de modelos de gestión inteligente. En palabras de Zurbarán (2024), la capacitación del talento humano es determinante para el éxito de cualquier transformación digital, ya que la tecnología, por sí sola, no garantiza resultados sostenibles si no existe una cultura organizacional orientada a la innovación.

Asimismo, los análisis de sentimiento aplicados a 500 reseñas digitales de plataformas turísticas evidenciaron una correlación positiva ($r = 0,72$) entre la percepción del visitante y la presencia de

servicios basados en IA, tales como chatbots, guías virtuales o recomendaciones personalizadas. Este hallazgo confirma lo señalado por Quintana (2024), quien demostró que la inteligencia artificial influye directamente en la satisfacción del usuario y en la fidelización turística.

Figura 3

Relación entre satisfacción del visitante y uso de herramientas de IA



Nota. Elaboración propia.

Los destinos con alto grado de digitalización muestran una valoración promedio de 4,7/5 en experiencia del visitante, frente a un 3,9/5 en aquellos con baja implementación tecnológica.

Por otra parte, en relación con la gobernanza y ética de los datos, el 63 % de los expertos entrevistados coincidió en que los destinos turísticos carecen de políticas claras sobre el uso y protección de la información generada por sistemas inteligentes. Esta preocupación se sustenta en los estudios de Guaña (2023), quien advierte sobre la necesidad de marcos regulatorios éticos y transparentes que prevengan sesgos algorítmicos y vulneraciones de privacidad. A ello se suma lo expresado por Rodríguez (2024), quien plantea que la inteligencia artificial debe integrarse a los procesos de gestión bajo un enfoque de responsabilidad digital compartida.

En conjunto, los resultados permiten afirmar que la inteligencia artificial representa un catalizador de innovación y sostenibilidad para los destinos turísticos, siempre que su implementación se acompañe de formación profesional, transparencia algorítmica y estrategias de gobernanza de datos. Los hallazgos evidencian un escenario de avance significativo, pero también de desafíos éticos y estructurales que deben ser abordados desde la política pública y la cooperación



multiactor, en consonancia con los principios de los destinos turísticos inteligentes planteados por Alcantud (2025) y Castillo (2025).

En síntesis, la investigación confirma que la IA no solo optimiza procesos, sino que transforma profundamente la forma en que los destinos conciben su gestión, integrando innovación, sostenibilidad y experiencia del visitante como ejes de competitividad global.

CONCLUSIONES

La inteligencia artificial se consolida como una herramienta estratégica para la modernización de la gestión de destinos turísticos, ya que permite optimizar procesos administrativos, mejorar la experiencia del visitante y fortalecer la sostenibilidad ambiental. Su aplicación favorece la toma de decisiones basada en datos, impulsa la innovación tecnológica y contribuye a posicionar a los destinos en un entorno competitivo global.

La implementación efectiva de la inteligencia artificial depende de la preparación técnica del personal, la disponibilidad de infraestructura digital y la existencia de políticas claras de gestión de datos. Los destinos que combinan tecnología con capacitación, planificación y gobernanza digital logran resultados más sostenibles, eficientes y orientados al bienestar de los actores del sistema turístico.

El futuro del turismo inteligente requiere un equilibrio entre la automatización y el componente humano del servicio. Es necesario garantizar la ética en el uso de la tecnología, la accesibilidad digital y la participación de todos los sectores involucrados, de modo que la inteligencia artificial no solo potencie la eficiencia operativa, sino que también promueva el desarrollo inclusivo y sostenible de las comunidades receptoras.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcantud, A. F. (2025). *El modelo destinos turísticos inteligentes*. *Economía Industrial*, 436, 27–38. Ministerio de Industria y Turismo de España.
- Araya-Pizarro, S. (2024). *Desvelando la experiencia hotelera con minería de texto: un enfoque para la satisfacción del cliente*. *Ingeniare. Revista Chilena de Ingeniería*, 32(2), 126–142.
- Bartra-Rategui, R. (2024). *Incorporación de las TIC en la promoción de destinos turísticos: un sistema de recomendación*. *Revista Científica (AS)*, 4(2), 1–16.
- Camacho Castro, G. (2024). *Turismo y plataformas digitales de alojamiento: retos y oportunidades para la gestión sostenible*. *Cultur: Revista de Cultura e Turismo*, 18(3), 213–236.
- Castillo-Ortiz, I. (2025). *Una revisión de alcance: inteligencia artificial en la hospitalidad latinoamericana*. *Investigaciones Turísticas*, (29), e25777.
- CILADI. (2024). *Turismo 5.0: innovación y transformación en la industria turística*. Documento técnico del Centro Iberoamericano de Liderazgo en Innovación Digital Aplicada.



- Destinos turísticos inteligentes: condiciones necesarias para su proyección. (2023). *Región y Sociedad*, 35(1), e117.
- Gallego Gómez, C., & Vaquero Frías, L. (2022). *Inteligencia artificial y desarrollo sostenible del turismo: una aproximación desde los destinos inteligentes*. *ESIC Market Economics and Business Journal*, 53(3), 1–22.
- Gómez, D. (2022). *Aplicación de la inteligencia artificial al turismo sostenible: un enfoque de hiperpersonalización y eficiencia operativa*. *Revista Latinoamericana de Innovación y Turismo*, 14(1), 56–72.
- Gómez, D. (2025). *La convergencia entre inteligencia artificial y turismo: retos éticos y estratégicos*. *InnovaTech: Revista de Innovación Tecnológica*, 10(2), 45–62.
- Guaña-Moya, J. (2023). *Impacto de la inteligencia artificial en la ética y la privacidad de los datos turísticos*. *RECIAMUC*, 7(3), 1–18.
- Hernández, M. C. (2025). *Turismo inclusivo inteligente: accesibilidad, IA y sostenibilidad*. *Economía Industrial*, 436, 87–98.
- Moreno-Izquierdo, L., Más-Ferrando, A., Suárez-Tostado, J., & Ramón-Rodríguez, A. (2022). *Tecnologías disruptivas y transformación del turismo: el papel de la inteligencia artificial en los destinos inteligentes*. *Revista de Estudios Turísticos*, 231(2), 45–60.
- Pérez, A. M. (2024). *La inteligencia artificial y su importancia en un futuro cercano para el turismo español*. *Revista de la Facultad de Derecho de la ULL*, 11(2), 1–19.
- Pérez Ricardo, E. C. (2022). *Explorando el comportamiento del consumidor turístico a través del contenido generado por el usuario (UGC)*. *Ingeniare. Revista Chilena de Ingeniería*, 30(2), 184–197.
- Quintana Cala, J. F. (2024). *Análisis de sentimientos de opiniones textuales asociadas a un complejo turístico: minería de datos aplicada al turismo*. *Ciencia Digital*, 12(3), e780.
- Rodríguez, R. (2024). *Responsabilidad digital y ética algorítmica en los destinos turísticos inteligentes*. *Revista Iberoamericana de Gobernanza Digital*, 5(1), 89–107.
- Romero, L. (2024). *Aplicaciones emergentes de inteligencia artificial en la industria turística: oportunidades y riesgos*. *Revista Española de Innovación y Sociedad Digital*, 8(2), 112–128.
- Tejedor, J. (2025). *Turismo para eventos, digitalización y revenue management en la era de la inteligencia artificial*. *Economía Industrial*, 436, 65–76.
- Vera-Peña, V. M. (2025). *Impacto de la IoT y la inteligencia artificial en los servicios turísticos y destinos inteligentes*. *Revista UGC*, 1(1), 1–20.



Zurbarán-Arias, D. J. (2024). *Competencias y planificación de necesidades de capacitación en hotelería y turismo en la era digital*. *Revista de Investigación en Turismo y Hotelería*, 2(2), 149–166.