



TIS2026 mostrará cómo la IA ya se integra en la estrategia de hoteles, plataformas de viajes y destinos



La tecnología ha dejado de ser una herramienta experimental para convertirse en un factor estratégico de competitividad para la industria turística. De esta forma, la inteligencia artificial, los datos y la ciberseguridad ya están presentes en la transformación de hoteles, destinos, agencias, compañías de distribución y empresas de transporte para tomar decisiones, optimizar sus operaciones y diseñar nuevas experiencias para el viajero. Una transformación que tendrá un lugar destacado en la séptima edición de TIS – Tourism Innovation Summit 2026 , que se celebrará del 6 al 8 de octubre en Sevilla.

De la mano de más de 400 expertos , TIS2026 analizará cómo el sector turístico avanza hacia una nueva etapa donde la innovación debe traducirse en resultados tangibles, desde una mayor eficiencia operativa y una mejor personalización de la experiencia del cliente hasta nuevas oportunidades de crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad. Así, la gran feria tecnológica dedicada a la innovación turística pondrá el foco en cómo las compañías están pasando de la experimentación con la inteligencia artificial a su integración estratégica en el conjunto del negocio.

El impacto real de la IA en el negocio turístico

Tras una primera etapa marcada por la experimentación, la industria turística afronta ahora el reto de convertir la inteligencia artificial en una herramienta con impacto tangible en sus operaciones, modelos de negocio y relación con el viajero. Juan Ortí , presidente de Exceltur y Country Manager Spain de American Express, profundizará sobre cómo las organizaciones consolidadas pueden superar la fase de prueba de concepto, escalar la IA dentro de sus estructuras y encontrar el equilibrio entre innovación, gobernanza, talento y confianza del cliente.

En esta línea, uno de los principales desafíos será demostrar el retorno real de estas aplicaciones. Juliana Araújo , Product Director de Skyscanner, y Judith Eyck , COO de Holiday Pirates, explicarán cómo la IA está ayudando a mejorar la productividad, optimizar procesos, personalizar la



experiencia del cliente y generar resultados medibles en términos de ingresos y rentabilidad. Asimismo, Carlos Alberto Bello , Director de Innovación de [Ilunion Hotels](#); Daniel Méndez , Responsable de Innovación de Vueling; y María Velasco , Directora de Investigación, Desarrollo e Innovación Turística de Segittur, compartirán cómo la innovación aplicada al sector está avanzando hacia soluciones capaces de mejorar la eficiencia operativa, impulsar el crecimiento y contribuir a los objetivos de sostenibilidad.

Desde la perspectiva de la distribución turística, Francesco Ciuccarelli , Chief Innovation & Technology Officer de Alpitour World, y Joao Gonzaga , Chief Digital and Information Officer & Member of the Extended Executive Board de Dertour, abordarán también cómo las nuevas herramientas digitales están redefiniendo la forma en que las compañías de viajes personalizan su oferta, gestionan sus procesos internos y toman decisiones estratégicas. Por su parte, Joan Barceló , CIO de W2M, compartirá cómo las agencias están utilizando inteligencia artificial para captar clientes, generar presupuestos, y automatizar tareas administrativas.

La IA y el dato como palancas de la estrategia hotelera

La aplicación de la inteligencia artificial y el uso estratégico de los datos serán dos de los grandes focos de TIS2026. El evento abordará cómo las compañías turísticas están evolucionando sus modelos de gestión. En el ámbito hotelero, Mateo Ramón , CEO de Soltour; Tomeu Bennasar , CIO de Iberostar; y Miguel Reynés , CIO de Riu Hotels, compartirán su visión sobre los retos y oportunidades que plantea la IA para el alojamiento turístico, desde la mejora de la experiencia del huésped y la optimización de operaciones, hasta la evolución de los modelos de gestión y la toma de decisiones.

Además, Pablo Hernández , CEO de RH Hoteles; Álvaro Carrillo , Managing Director de ITH; y Daniel Caro , Head of Andalucía Nexus (Dirección de Marketing de Turismo de Andalucía), profundizarán en cómo la industria puede avanzar desde la recopilación de información hacia la generación de valor, utilizando los datos y la inteligencia artificial para anticipar demandas, optimizar recursos y mejorar la competitividad de empresas y destinos. En este sentido, Jonathan Miller , SVP Global Revenue Management, Pricing & Indirect Distribution de Accor, profundizará en como las recomendaciones basadas en IA puede ofrecer experiencias más personalizadas a los huéspedes.

Destinos inteligentes

La digitalización está permitiendo evolucionar desde la automatización de procesos hacia modelos en los que los datos y los sistemas de información ayudan a comprender mejor al visitante, coordinar a los agentes públicos y privados, y gestionar los recursos del territorio de forma más eficiente. Ezequiel García , Director de Relaciones Institucionales de Segittur, tratará la evolución de la Plataforma Inteligente de Destinos (PDI) y el siguiente salto cualitativo para los territorios: pasar de digitalizar servicios a generar nuevas capacidades de actuación y mejorar la toma de decisiones. Por su parte, Jordi Bataller , Director de Invattur (Valencia); José Luis Gala , Jefe del Área de Análisis y Estrategia de Turismo de Aragón; y Juan Simón , Coordinador del SIT Ibiza, analizarán cómo las nuevas infraestructuras digitales pueden impulsar una gestión turística más inteligente, eficiente y sostenible.

Además, representantes de distintos municipios como Silvia del Castillo , Directora de Turismo del Ayuntamiento de Las Rozas; Verónica Gutiérrez , Directora General de Innovación, Transformación



Digital y Modernización del Ayuntamiento de Santander; María Eugenia Sánchez , Ingeniera de Telecomunicación del Servicio de Sostenibilidad e Innovación Urbana de la Gerencia de Urbanismo en el Ayuntamiento de Sevilla; y Carlos Ventura , Coordinador del Área Económica, Organización de la Innovación del Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid, compartirán su visión sobre el papel de la Plataforma Inteligente de Destinos como infraestructura común para integrar datos y avanzar hacia modelos turísticos más interoperables y orientados tanto al visitante como al ciudadano.

En el ámbito internacional, el congreso Tourism Innovation Global Summit también dará a conocer los casos de éxito de destinos como Republica Dominicana y Portugal , que compartirán como están evolucionando hacia destinos inteligentes a través de la tecnología y los datos.

La ciberseguridad como elemento estratégico

La transformación digital del turismo también plantea nuevos retos relacionados con la protección de datos, la continuidad operativa y la confianza de los clientes. Por tanto, la ciberseguridad deja de ser únicamente una cuestión tecnológica para convertirse en un elemento estratégico de negocio. De esta forma, Gustavo Tonti , Head of Fraud Management de Destinia, y Eric Dressin , secretario general de la European Travel Agents' and Tour Operators' Associations (ECTAA), analizarán cómo las compañías turísticas deben prepararse ante amenazas cada vez más sofisticadas, protegiendo sus operaciones, la información de sus clientes y su reputación corporativa al tiempo que garantizan la continuidad del servicio.