

La IA aplicada al turismo y a su pedagogía en la educación superior

AI applied to tourism and its pedagogy in higher education

COMUNICACIÓN

Marlene Roxanna Pedetti

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina. Contacto: marlene.pedetti@unq.edu.ar

Recibido: mayo de 2026

Aceptado: agosto de 2026

Resumen

La integración de la inteligencia artificial en la vida cotidiana y educativa —focalizada aquí en el ámbito del turismo— exige analizar sus oportunidades y sesgos socioculturales, un reto que la educación superior en América Latina aborda desde la enseñanza con sentido pedagógico y la investigación guiada por el juicio humano. Para ello se analizan los usos y aplicaciones de la inteligencia artificial en el campo del turismo, tanto en la cadena de valor turística como en los procesos de enseñanza del turismo en universidades públicas de Argentina y la región.

Palabras clave: IA, aplicación al turismo, pedagogía del turismo, educación superior.

Abstract

The integration of artificial intelligence into daily life and education—focusing here on the tourism sector—requires an analysis of its opportunities and sociocultural biases. Higher education institutions in Latin America are addressing this challenge through pedagogically grounded teaching and research guided by human judgment. To this end, the study examines the uses and applications of artificial intelligence in tourism, covering both the tourism value chain and tourism education processes at public universities in Argentina and the wider region.

Key words: AI, application to tourism, tourism pedagogy, higher education.

Introducción

La IA ha sido integrada a la vida diaria en múltiples dimensiones de la vida social, incluyendo al ámbito educativo. Esto, como educadores, nos insta a reflexionar acerca de sus valores, riesgos y oportunidades al introducirla en procesos de enseñanza, aprendizaje e investigación.

El objetivo general de este trabajo consiste en analizar los usos y aplicaciones de IA en el campo del turismo.

Es importante reconocer que la IA no está libre de poseer sesgos (Ferrante, 2021; Autrán, 2023; Martínez y Peña, 2024, Shelton y Lanier, 2024) ya que su diseño, entrenamiento y aplicación

se da en contextos sociales determinados, que arrastran intereses económicos, políticos y culturales, entre otros. Dichos sesgos, a menudo reflejan los prejuicios existentes en nuestra sociedad.

Para responder cómo conecta el contexto universitario argentino, pero también de América Latina y el Caribe ante dicha problemática, se puede tomar como ejemplo la disertación de Jordi Plana (UNESCO IESALC), de agosto de 2025, quien expuso acerca de las claves para integrar la IA en la educación superior. Desde su punto de vista las universidades en la región se están preparando desde tres distintos frentes:

1. La enseñanza y el aprendizaje. Muchas instituciones están ensayando a través de tutores virtuales, personalización tecnológica de trayectorias educativas, apoyos a la accesibilidad. Lo central es que esto ocurra con sentido pedagógico, la IA debe ampliar la capacidad del docente, sin desplazarla. Se debe pasar de la lista de herramientas al desarrollo de competencias: técnicas, críticas y éticas y ciudadanas.

2. La investigación: Acelera la revisión de literatura, el análisis de datos, la modelización. Pero aquí aparecen dilemas de integridad académica, trazabilidad, sesgos. La IA puede asistir, pero no sustituir el juicio académico y la autoría responsable. La confianza científica se cuida con transparencia y control humano.

3. La gestión administrativa: Existen pruebas piloto en admisiones, servicios estudiantiles, gestión financiera y atención al público. Pueden mejorar eficiencia y trato, pero requieren de gobernanza de datos, políticas claras de privacidad, evaluaciones de impacto, mecanismos para auditar decisiones automatizadas dejando claro quién es el responsable.

Revisión de literatura

Si bien el origen de la inteligencia no humana puede reconocer un texto fundacional en el artículo de Turing (1950) donde se plantea por primera vez, de manera sistemática, la posibilidad de que las máquinas pudieran exhibir un comportamiento inteligente; no fue hasta 1956, cuando se realizó la Conferencia de Dartmouth, evento considerado el momento fundacional de la inteligencia artificial como disciplina científica. A partir de entonces, surgieron varias líneas de investigación que implicaron réplicas del razonamiento, resolución de problemas y otras capacidades cognitivas.

Varios han sido los organismos (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2024), Parlamento Europeo, 2020, Comisión Europea, 2018) que documentaron la trayectoria de la IA desde sus inicios, adjudicándole no solo avances tecnológicos, sino también algunos desafíos intelectuales y éticos sobre su uso. Esto ha generado debates sobre qué significa pensar, aprender y decidir, temas que hoy siguen siendo centrales, en particular en el campo educativo.

Sin embargo, respecto del tema del que es objeto el presente trabajo, la IA aplicada al turismo y a su pedagogía en la educación superior, el estado del arte es prácticamente inexistente, a excepción del capítulo de libro de Galindo, Iriarte y Torres (2025) en obra colectiva arbitrada; Parrales (2025) y los trabajos de autores que se consideraron específicamente para este escrito. Esto se debe a que estamos frente a un trabajo exploratorio cuyo objeto de estudio aún está en construcción.

Galindo, Iriarte y Torres (2025) plantean la adaptación curricular hacia el paradigma del Turismo 5.0. Abordan la transición de roles docentes, la evaluación por competencias y el desarrollo de "capacidades híbridas" en los estudiantes (combinando habilidades socioemocionales con el uso crítico e integrador de herramientas tecnológicas), en tanto que el artículo de Parrales explora el potencial de la inteligencia artificial como recurso innovador para la simulación de experiencias turísticas dentro del aula universitaria y sus hallazgos evidencian que la IA facilita la conformación de espacios formativos caracterizados por su dinamismo, interactividad y un alto nivel de personalización. Esta reconfiguración trasciende los marcos de la enseñanza tradicional y potencia la capacidad de anclar el aprendizaje dentro de un contexto global.

Problemática y objetivos

La inteligencia artificial está redefiniendo las formas de investigar, enseñar y gestionar en la educación superior. Se pretende analizar los usos y aplicaciones de la inteligencia artificial en el campo del turismo, tanto en la cadena de valor turística como en los procesos de enseñanza del turismo en universidades públicas de Argentina.

Se plantea dar respuesta a los dos siguientes objetivos específicos:

- Describir los principales casos de aplicación de la inteligencia artificial en la cadena de valor del turismo.
- Explorar el uso pedagógico de la inteligencia artificial en la enseñanza del turismo en universidades públicas de Argentina.

Metodología

El estudio posee una mirada desde la gestión académica de una carrera de posgrado en turismo y la exploración pedagógica crítica.

Para dicha empresa, se realiza un estudio de tipo exploratorio-descriptivo con enfoque cualitativo.

Las técnicas utilizadas son: la revisión documental de literatura académica sobre IA aplicada al turismo y educación turística en IA y entrevistas a docentes e investigadores de universidades con experiencias innovadoras en IA. El muestreo es un sondeo aleatorio simple porque no

representa un universo; solo un sector del universo. El criterio establecido fue invitar a la totalidad de representantes de las 25 universidades miembros que integran el Consejo de Decanos y Directores de Unidades Académicas de Universidades Nacionales relacionadas con la enseñanza del Turismo (CONDET), de los cuales 6 directivos y docentes (algunos de ellos, investigadores) respondieron que utilizaban IA y accedieron a ser entrevistados. Este dato responde al 24% del universo, a saber:

- i. Facultad de Filosofía y Letras – Universidad Nacional de Cuyo
- ii. Facultad de Ciencias Económicas – Universidad Nacional de La Plata
- iii. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales – Universidad Nacional de Mar del Plata
- iv. Departamento de Economía y Administración – Universidad Nacional de Quilmes
- v. Facultad de Ciencias Económicas y Estadísticas – Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales – Universidad Nacional de Rosario.
- vi. Escuela de Economía y Negocios – Universidad Nacional de San Martín

Las entrevistas consisten en preguntas abiertas (algunas de profundización) para indagar acerca: del rol del docente entrevistado (Ej. directivo de la universidad, docente a cargo de cursos/materias, etc.), herramientas de IA utilizadas, propósito de uso y si la institución de pertenencia cuenta con herramientas (protocolos, manuales, recomendaciones, etc.) de uso de la IA en el ámbito universitario. Estas últimas se procesan mediante el análisis temático debido a su capacidad para poner de relieve similitudes y diferencias en un conjunto de datos. No se utiliza ningún software. Se vuelca el dato bruto en tabla descriptiva de elaboración propia.

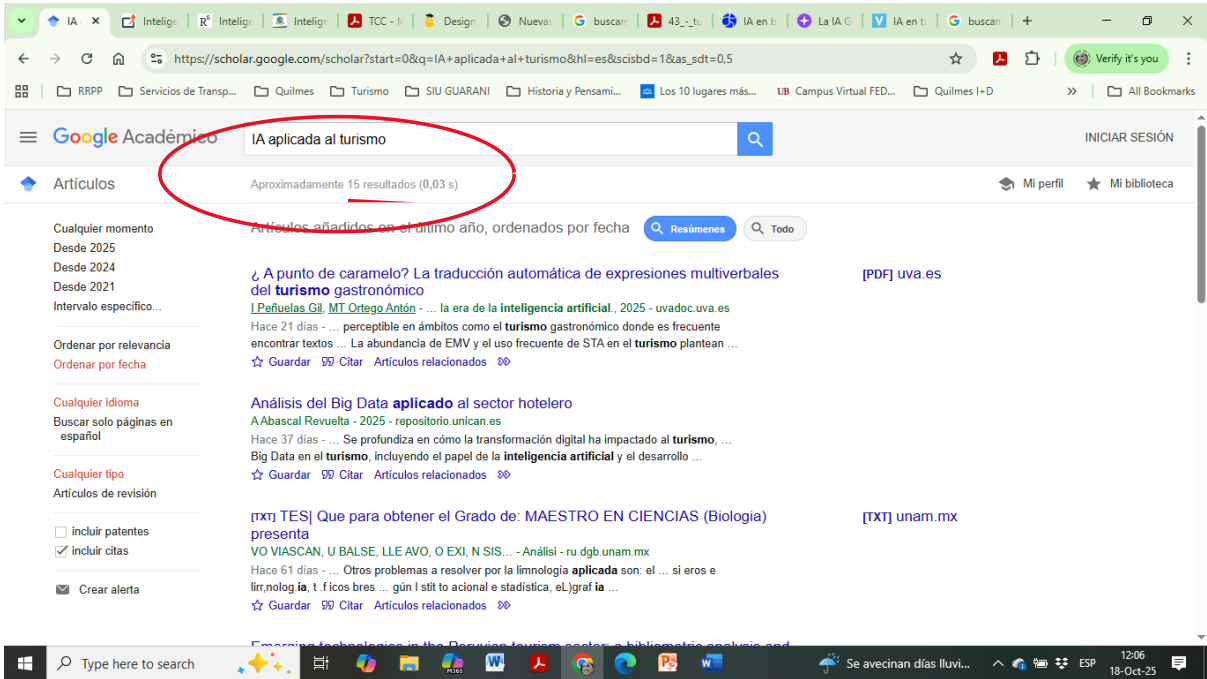
En cuanto a los aspectos éticos de las entrevistas, aclaramos que los representantes de cada universidad dieron voluntariamente su consentimiento para participar del sondeo una vez que se les informó el propósito del estudio. Asimismo, los datos son confidenciales y anonimizados, tal como se muestra en los resultados.

Es importante mencionar que todas las herramientas utilizadas son de uso gratuito, que es a lo que mayoritariamente pueden acceder los estudiantes de universidades públicas y gran parte de los docentes en la región geográfica contemplada.

Resultados

Si indagamos en un buscador web gratuito que se especializa en encontrar literatura académica y en un asistente personal de IA multimodal desarrollada por la misma corporación multinacional acerca de autores en español y portugués, como representantes de la región latinoamericana y el Caribe, lo primero que vamos a notar es la diferencia de procedencia de los resultados. Mientras que el buscador arroja 15 resultados, de los cuales sirven 7, el asistente de IA presenta 9 casos: 5 de origen español, 3 de origen portugués (ambos de la Península Ibérica) y uno solo en portugués de Brasil. Notamos sesgos geográficos y geopolíticos en los resultados arrojados.

Imagen 1: Respuesta de buscador web a IA aplicada al turismo



Fuente: Google Académico (2025)

Tabla 1: Autores e investigadores de IA en turismo

Idioma	Autor(es)	Áreas de especialización y aportes
Español	Francisca Ramón Fernández	Su trabajo aborda los derechos del consumidor en el contexto de la IA en el turismo. Ha analizado el impacto de la publicidad generada por IA en las decisiones del consumidor.
	Luis Moreno-Izquierdo	Investiga el papel de la IA como motor de innovación en el turismo. Sus estudios evalúan cómo los startups y el capital de riesgo impulsan la transformación digital en el sector.
	José María Castellano y María del Carmen Balbuena	Investigadores de IATUR en la Universidad de Córdoba (UCO), lideraron el proyecto "Subbética by Tourscope". Utilizan el análisis de materiales promocionales, una técnica relevante para el marketing de destinos asistido por IA.
	José Luis Bustelo García y Albert Miró Pérez	En sus publicaciones, se enfocan en las oportunidades y desafíos que la IA presenta para el sector turístico español.
	Marta Suárez-Tostado y Adrián Más-Ferrando	Autores de publicaciones como <i>Reinvención del turismo en clave de inteligencia artificial</i> , abordan la integración de la IA para un modelo turístico sostenible y competitivo.

Portugués	Bonifácio Rodrigues	Investigador del CiTUR en Lisboa. Ha analizado el papel y el futuro de la IA en el turismo, con un enfoque particular en el contexto portugués.
	Maria Inês Goes de Sousa	En su tesis de la Universidad de Lisboa, investigó el impacto de la IA en las expectativas, la satisfacción y la lealtad de los jóvenes turistas en la isla de Madeira.
	Investigadores de la Universidad de Minho	Han estudiado los "Paradoxos da Inteligência Artificial no Turismo Português", analizando la percepción de los turistas nacionales sobre la transición digital y la IA.
	Autores de la Universidad de Caxias do Sul (UCS)	Realizan revisiones bibliométricas utilizando bases de datos como Scopus para identificar las contribuciones de la IA al turismo.

Fuente: Generada utilizando el modelo de lenguaje de inteligencia artificial Gemini de Google, en respuesta a la solicitud de la autora (2025)

Tal diferencia en las respuestas y debido al juicio y la responsabilidad que nos impulsa, nos obliga a indagar en el estado del arte entre los autores del buscador académico ya que la IA es poco precisa al respecto.

De los 7 autores que mencionamos servían para presentar en este estudio, solo uno es del año 2024, y los 6 restantes del año 2025, lo que permite visualizar que las bases de datos están actualizadas. Sin embargo, ni ajustando la instrucción o entrada de texto (*prompt*) que se da a la IA, se logran mejores resultados.

Para detallar cómo la IA se integra en las diferentes etapas del viaje (planificación, reserva, experiencia en destino, etc.) citaremos a los siguientes autores:

Romero, Farfán, & Escobar (2024), investigadores de Ecuador, realizan un estudio bibliométrico que analiza el impacto emergente de la IA en el sector turístico, con el objetivo de mapear la evolución de la producción científica y las principales tendencias de investigación. “Los resultados revelan que entre 2020 y 2024 la producción científica creció un 257%, destacando a China, India y Estados Unidos como los países líderes en publicaciones sobre IA aplicada al turismo” (p.1) Entre sus conclusiones explican que “las aplicaciones emergentes de IA en el turismo se centran en la optimización operativa, la toma de decisiones informadas, la mejora de la experiencia del cliente y el uso de tecnologías robóticas en entornos turísticos” (p.1)

En el mismo sentido, Flores (2025) indaga en las tecnologías emergentes para impulsar la innovación digital en el sector turístico peruano mediante un enfoque bibliométrico. “Los resultados evidenciaron un crecimiento sostenido en la investigación, con mayor presencia de universidades regionales y una fuerte vinculación con áreas tecnológicas. Se concluye que existe un ecosistema académico en expansión, con implicancias prácticas para la formulación de políticas públicas, el

fortalecimiento de capacidades digitales y el diseño de destinos turísticos inteligentes en el Perú” (p.1).

Por su parte, Souza (2025) en su disertación de tesis doctoral contextualiza que post pandemia del coronavirus (SARS-CoV-2) y en respuesta a los desarrollos impulsados por la Industria 4.0 (de soluciones enfocadas en la interconectividad, la automatización y los datos en tiempo real), ha surgido el movimiento conocido como Turismo 4.0, derivado de los cambios en el comportamiento del viajero. El objetivo principal de su tesis fue construir un artefacto para agregar valor a la experiencia de los usuarios al planificar sus viajes de ocio en Brasil, integrando el Diseño Centrado en el Ser Humano (HCD) con Inteligencia Artificial generativa, personalizada mediante técnicas de ingeniería rápida. Se espera que el artefacto construido, validado y mejorado contribuya al sector empresarial, ya que tiene la capacidad de generar itinerarios personalizados, basado en las preferencias individuales del usuario, adaptando y maximizando la planificación de viajes al destino, presupuesto y tiempo disponible. Además, su estudio contribuye al ámbito académico al impulsar el conocimiento sobre el diseño de servicios, integrando HCD con IA generativa y centrándose en una solución capaz de combinar tecnología avanzada con eficiencia para optimizar el proceso de planificación de viajes de ocio.

Castillo-Ortiz, Guevara-Martínez, y Villar-Patiño (2025), de la Universidad Anáhuac, abordan un trabajo que tiene como objetivo determinar la aplicación de la inteligencia artificial en la industria de la hospitalidad en Latinoamérica mediante una revisión de alcance. El documento destaca el potencial de la IA en la hospitalidad en la región, pero subraya la necesidad de superar barreras como la baja productividad científica y la falta de colaboración para maximizar su impacto. En tanto que destaca que las aplicaciones de IA en la hospitalidad se aplican a:

- i. *Machine Learning* (ML): Predicción de demanda, segmentación de turistas, sistemas de recomendación, análisis de datos y optimización de recursos.
- ii. Procesamiento de Lenguaje Natural (NLP): Análisis de sentimientos, generación de itinerarios y sistemas de recomendación.
- iii. Visión por Computadora (CV): Evaluación de calidad de alimentos, reconocimiento de objetos y experiencias inmersivas.
- iv. Realidad Virtual y Aumentada: Creación de experiencias turísticas inmersivas.
- v. Sistemas Expertos: Generación de recomendaciones personalizadas.

En tanto Herrera (2025), aborda las nuevas tecnologías aplicadas en la gestión e innovación del sector turístico, enfocándose en evaluar cómo las herramientas: inteligencia artificial, Big data, realidad virtual y análisis predictivo influyen en la gestión, promoción y experiencia del turista. Las herramientas y los ejemplos concretos son:

i. Reservas en Línea: Plataformas como Booking.com, Airbnb y Expedia han simplificado la planificación de viajes, permitiendo a los viajeros buscar y reservar alojamiento, vuelos y actividades en pocos pasos.

ii. La Realidad Aumentada (RA) y la Realidad Virtual (RV) están transformando la experiencia turística en más inmersiva y envolvente. Con las gafas de RV, los viajeros pueden explorar destinos de forma virtual antes de decidirse a visitarlos. Por su parte, las aplicaciones de RA enriquecen la experiencia en tiempo real, proporcionando información adicional sobre puntos de interés mientras se recorren las ciudades.

iii. Aplicaciones Móviles: se han convertido en una pieza clave de la experiencia turística actual. Herramientas digitales como mapas, guías, traductores y plataformas de reservas simplifican la planificación y el disfrute de los viajes. Las redes sociales, por su parte, amplifican este efecto al facilitar que los viajeros compartan sus vivencias y conecten con otros alrededor del mundo.

iv. Big Data y Personalización: La recopilación y análisis de datos permiten a las empresas turísticas comprender las preferencias y comportamientos de los turistas. Esto se traduce en ofertas y servicios más personalizados. Desde recomendaciones de restaurantes hasta itinerarios de viaje a medida.

v. Internet de las Cosas (IoT): se ha infiltrado en el turismo a través de dispositivos conectados. Desde cerraduras inteligentes en hoteles hasta sensores de seguridad en destinos, los datos generados por estos dispositivos mejoran la seguridad y la comodidad de los turistas.

vi. Inteligencia Artificial (IA): La IA desempeña hoy uno de los papeles más importantes en la atención al cliente. *Chatbots* y asistentes virtuales ofrecen respuestas rápidas a preguntas frecuentes y asesoran a los viajeros. También se utiliza para brindar recomendaciones personalizadas.

vii. *Blockchain* y Transparencia: mejoran la seguridad y la transparencia en transacciones turísticas, como la gestión de reservas y la verificación de identidad.

viii. Sostenibilidad y Responsabilidad Ambiental: Sistemas de gestión de energía, seguimiento de emisiones de carbono y promoción de destinos eco amigables son ejemplos de cómo la tecnología aporta para fomentar prácticas turísticas responsables.

ix. Marketing Digital: El éxito en la promoción de destinos turísticos depende cada vez más del marketing digital. Tácticas como el posicionamiento en buscadores (SEO), la publicidad en redes y el marketing de influencia son esenciales para llegar a los turistas. En este ecosistema, las redes sociales son fundamentales, no solo para la difusión de contenido inspirador, sino para la creación de comunidades de viajeros.

Es innovador el abordaje de los autores catarinenses Lippmann y Tomelin (2025) del tema de los Destinos Turísticos Inteligentes y Regenerativos (DTIR), un concepto del Siglo XXI, donde la tecnología y la justicia social se unen para un desarrollo sostenible. Estos destinos utilizan

herramientas como el Internet de las Cosas (IoT), el Big data y la IA para mejorar la experiencia del visitante, reducir el impacto ambiental y beneficiar a las comunidades locales. Según su visión, la incorporación de prácticas de Justicia Restaurativa aplicada en contextos urbanos es fundamental para fortalecer los lazos sociales, promoviendo la cohesión y la resolución pacífica de conflictos, permitiendo una coexistencia armoniosa y colaborativa entre turistas y residentes, generando comunidades más resilientes. Esta visión se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU, particularmente el ODS 11, que busca hacer que las ciudades y comunidades sean más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles.

Por último, y en otro orden de temas, Melo (2025) aporta una investigación acerca de la IA en la enseñanza superior mediante un estudio de las percepciones y prácticas docentes (entre otras, de la carrera de Turismo) en la Universidad Federal do Rio Grande do Norte (FELCS/UFRN). Los resultados revelan que, aunque la aplicación práctica de la IA no se usa de forma generalizada, los docentes están muy interesados en capacitarse para aprovechar su potencial. Reconocen sus beneficios para optimizar la pedagogía y motivar a los estudiantes, pero también señalan problemas como la falta de formación, barreras institucionales y dilemas éticos. Para una integración exitosa en la educación superior, es necesario crear políticas de formación y directrices éticas, manteniendo siempre al profesor como guía esencial del proceso educativo.

Respecto del estado del arte a nivel mundial, la máxima autoridad del sector es la ONU Turismo, organismo que ha lanzado en noviembre de 2024 el Reto Global de Inteligencia Artificial para apoyar proyectos que aprovechan las tecnologías digitales para mejorar el turismo, promover la sostenibilidad e impulsar el crecimiento económico e inclusivo. Para 2025 el mismo organismo invita a “la transformación de la industria” utilizando la IA para: multiplicar la eficiencia y la personalización, aportar a la economía mundial (una previsión para 2030 de entre 2,6 y 4,4 billones de dólares estadounidenses al año) y que los gobiernos implanten estrategias de IA e infraestructura basada en datos, en pos de mejorar la capacidad de toma de decisiones, optimizar la gestión de los recursos, predecir las tendencias turísticas y apoyar el crecimiento sostenible. (ONU Turismo, 2025)

A nivel nacional, en 2023 la Secretaría de Industria y Desarrollo Productivo dependiente del Ministerio de Economía publicó dentro del Plan Argentina Productiva el Documento “Turismo 4.0 en Argentina: un estudio exploratorio sobre sus potencialidades en las ciudades de Ushuaia y Bariloche”. Antes de pasar a los casos de estudio, repasa la oferta nacional de soluciones de turismo 4.0

Tabla 2: Empresas tecnológicas de Argentina vinculadas con el turismo

Nombre de la empresa	Localización	Principales prestaciones ofrecidas
APTEK	Buenos Aires	Diseño web
Teytu	Buenos Aires	Diseño web y <i>back office</i>
Delta3	CABA	Realidad Virtual y Aumentada
Syncro VR	CABA	Realidad Virtual y Aumentada
AccelOne	CABA	Realidad Virtual y Aumentada
Aion XR	CABA	Realidad Virtual, Aumentada y mixta y gestión de contenidos
CamOnApp	CABA	Realidad Aumentada
Novaworks	CABA	Realidad Virtual, Aumentada y mixta.
Turismatica	CABA	<i>Back office</i>
Madzen	CABA	<i>Marketing</i> digital, diseño web y desarrollo de <i>apps</i>
Turtech	CABA	Diseño web
Openix SRL	Jujuy	Desarrollo de software y de <i>apps</i> , Realidad Virtual y Aumentada
Gaucho Devs	Mendoza	Desarrollo de software y de <i>apps</i> , Realidad Virtual y Aumentada
InterWa	Neuquén	Diseño web y <i>marketing</i> digital
InnQube	Río Negro	Desarrollo de software
Altec S.A.	Río Negro	Desarrollo de software, soluciones I+D y de infraestructura IT
Grupo Centro	San Luis	Desarrollo de <i>apps</i> , Realidad Virtual y Aumentada
Panal Soft	Tierra del Fuego	Desarrollo de <i>apps</i> , Big Data, Realidad Virtual y Aumentada

Fuente: Schteingart, D., Brizuela, G y Zeidan El Khouri, A. (2023)

Teniendo en cuenta otras fuentes, Menghini (2024) analiza en su nota para el periódico La Nación cómo la IA está generando cambios en el sector turismo. En este sentido, desde las empresas de viajes y turismo la utilización de IA permite repensar la experiencia que brindan a sus clientes mediante, principalmente, la automatización y la personalización, impactando directamente en la satisfacción de los pasajeros.

Algunos agentes de viajes entrevistados por la periodista aseguran que la integración de IA y el análisis de datos ofrecerá *insights* (comprensión, entendimiento) más profundos y precisos, facilitando decisiones informadas y estrategias más efectivas, lo que redundará en mayor competitividad en el mercado, impulsando innovaciones permanentes.

A nivel mundial, Travel GPT es una aplicación basada en IA que utiliza la tecnología de OpenAI para generar guías adaptadas al usuario según el destino, presupuesto, gustos y preferencias, Trips de TripAdvisor organiza la información sobre los vuelos, tipo de hospedaje y actividades tentativas, para luego crear un itinerario personalizado, mientras que Google Flights utiliza IA para prever si los precios de los vuelos pueden subir o bajar. Esto ayuda a los usuarios a decidir el mejor momento para reservar.

En el plano nacional, Despegar lanzó SOFIA, la primera asistente de viajes que integra IA generativa con una interfaz visual incremental y adaptativa que permite a los usuarios planificar cada aspecto de sus vacaciones de manera automática y personalizada. Por ejemplo, con mencionar un interés como 'quiero hacer trekking', SOFIA se activa para guiar al viajero a través de un proceso simple e intuitivo, ya sea mediante conversaciones escritas, verbales o interacciones visuales. El producto funciona con la ayuda de tecnologías como ChatGPT-4, Whisper de OpenAI y la plataforma escalable de AWS. Incluso, es capaz de anticiparse a las necesidades del cliente gracias al conocimiento acumulado de más de 30 millones de usuarios de Despegar.

Otro ejemplo es Blinktrip.com, una agencia de viajes creada en base a IA con el objetivo de optimizar la experiencia tanto de los viajeros como de los agentes. Combina tecnología avanzada con curaduría experta. A los usuarios les permite ahorrar tiempo, itinerarios más organizados y recomendaciones relevantes según cada destino. A los agentes le otorga mayor eficiencia y oportunidades de venta cruzada.

Por último, una de las herramientas de IA más usadas tanto en destinos como en agencias es el *chatbot* que facilita a los usuarios la disponibilidad de información en tiempo real. Tal es el caso de AIMundo, que logró un impacto positivo en ventas.

No podemos realizar una lista exhaustiva de la totalidad de los casos de aplicación de la inteligencia artificial en la cadena de valor del turismo porque estos van innovando y creciendo permanentemente, pero sí hemos mencionado los principales.

Respecto del segundo objetivo a analizar, acerca del uso pedagógico de la inteligencia artificial para la enseñanza del turismo en universidades públicas de Argentina, no hay un uso parejo o uniforme de la IA.

Las respuestas son diversas debido a los diferentes roles de los entrevistados y sus circunstancias, sin embargo, el análisis temático permitió observar similitudes y diferencias en el conjunto de datos recabados, dando protagonismo a las voces y experiencias de los participantes, ocupando un lugar preponderante en los resultados.

Tabla 3: Principales usos de la IA en el aula de carreras de turismo de Argentina

Universidad	Rol del entrevistado	Herramientas usadas	Propósito de uso	Herramientas institucionales
Universidad Nacional de Cuyo	Director carrera Turismo	No especifica	Investigación Metodología Estructurar trabajos Citar IA	Notas informativas Guía Taller Charlas
Universidad Nacional de La Plata	Docente en carrera Turismo (área TICS)	Chat GPT Gemini Perplexity Chatbot	Búsquedas datos Comparación de resultados Resúmenes de textos Citar IA	Cursos Manuales Charlas
Universidad Nacional de Mar del Plata	Directiva carrera Turismo	No especifica	Generar Casos de estudio Instancias de evaluación	Cursos Guía de uso responsable Comité de Expertos en IA
Universidad Nacional de Quilmes	Docente en carrera Turismo (área TICS)	Chat GPT Gemini Perplexity Chatbot	Búsquedas datos Comparación de resultados Resúmenes de textos Citar IA	Cursos Debates Ciclos de Charlas
Universidad Nacional de Rosario.	Docente en carrera Turismo (Área Derecho y Legislación Turística)	Chat GPT Gemini Perplexity	Resúmenes para estudiantes Investigación con estudiantes Corrección/control humano posterior	Diálogos federales sobre el Proyecto de ley de Protección de Datos Personales en tiempos de inteligencia artificial Charlas para docentes Encuentros
Universidad Nacional de San Martín	Docente directora de tesina sobre IA y Turismo	Chatbot	Contenido transversal Personalización Recomendaciones adaptadas Accesibilidad	Workshop Internacional sobre IA y Pol. Públicas Cursos Talleres Charlas

Fuente: elaboración propia

Como se puede observar, la mayoría de los docentes utiliza las mismas o similares herramientas dentro del aula o fuera de ella, ya sea para incentivar a los estudiantes a usarla (investigación, metodología, estructuración de trabajos, etc.) o bien para generar labores propias que facilitan su rol como docentes (síntesis, diseño de evaluaciones, estudios de casos). Si una palabra pudiera resumir la manera en que están usando la IA actualmente los docentes e investigadores, esa palabra sería **exploración**. Por otra parte, un resultado que no fue vertido a la tabla pero que surgió en todos los entrevistados, sin excepción, fue que la IA debe ser utilizada desde un abordaje o una perspectiva **crítica**. Allí se fortalece el rol docente en el proceso de enseñanza -aprendizaje.

Algunas limitaciones de la enseñanza-aprendizaje mediatizada por la IA señalan que:

- No resuelven información de base porque no generan dicha información. La resumen.
- A falta de información (Ej. Ante la solicitud de un listado de hoteles de 4 estrellas de Argentina, que no hay registro), la respuesta es, o bien carencia de datos, o bien alucinación en IA (para no dejar de responder, contesta cualquier cosa y puede inventar respuesta)
- Siempre hay que revisar de manera crítica las respuestas que genera, valorándolas desde la perspectiva humana y disciplinar.

- Deben ser una herramienta para mejorar productos o servicios, no para profundizar defectos, sesgos y discriminaciones. Se ejemplifica el caso de Airbnb, empresa que tuvo que instaurar una política para combatir el racismo, ajustando algunos temas algorítmicos.
- La IA mal entrenada, como por ejemplo un *chatbot* (aplica a hoteles, aerolíneas, destinos), genera una experiencia en el cliente frustrante y negativa, cercana a la disconformidad y el maltrato. Se debe entrenar bien, enseñarle a responder, con los etiquetados correspondientes.

Desde el punto de vista institucional, es un hallazgo observar que todas las universidades de la muestra poseen herramientas institucionales para abordar el uso de tecnologías basadas en IA. La más frecuentes son: talleres, charlas, cursos, guías y manuales, entre otras. Esto demuestra el interés que existe en la temática.

Discusión

En las carreras de turismo, la incorporación de la IA no es solo tecnológica, sino también cultural y ética. Esto nos lleva a la pregunta: ¿Qué lugar ocupa la reflexión ética cuando usamos IA para enseñar o investigar turismo?

Ante esta realidad, a los educadores nos corresponde adoptar un abordaje desde la ética y la equidad.

En este sentido, la UNESCO (2024) destaca la necesidad de desarrollar capacidades críticas en los actores educativos, para que puedan tomar decisiones informadas y responsables frente al uso de tecnologías basadas en IA. Esto incluye analizar quién desarrolla los sistemas, con qué datos, bajo qué criterios, y con qué fines” (López, 2025, p.10).

La educación es el ambiente por excelencia para establecer el filtro ético. Los docentes reconocen que usan la IA para generar materiales, diseñar actividades, personalizar el aprendizaje, realizar evaluaciones de estudiantes, pero al mismo tiempo requieren de capacitación docente, algunos refieren resistencia o dificultades institucionales y siempre consideran los problemas éticos.

Los desafíos éticos de la IA tienen relación con:

- i. El sesgo algorítmico: Los algoritmos no son neutrales. Son alimentados con datos históricos que pueden reproducir desigualdades sociales, étnicas, de género, llegando a decisiones injustas o discriminatorias.
La respuesta a estos problemas requiere garantizar modelos de gestión estructurados en la gobernanza ética que auditen los algoritmos y la formación docente en ciber ética (UNESCO, 2021).
- ii. Privacidad y vigilancia: El uso masivo de datos personales plantea riesgos sobre la privacidad. Los usuarios desconocen como se recolectan y para qué exactamente se utilizan. Como demuestra Solove (2020), las políticas de privacidad usualmente son ineficaces, ya que estén redactadas en lenguaje legal abstracto para proteger más a las empresas que informar a los usuarios. Esto genera una opacidad tal que no permite al usuario promedio comprender el alcance real del procesamiento de sus datos. Para contrarrestarlo, se debe intervenir simultáneamente en tres niveles interconectados:

- tecnológico (Ej. técnicas de anonimización), educativo (Ej. mantener higiene de datos y gestión activa de permisos) y regulatorio (Ej. normas y gobernanza).
- iii. Autonomía y responsabilidad: Las fronteras entre creación original, apropiación indebida y plagio son débiles y "no existe certeza absoluta para asegurar que un documento ha sido escrito por una IA y no por una persona" (De Haro Olle, s.f. en López, 2025).

Estos desafíos implican repensar el rol que desempeñan los docentes universitarios, especialmente los dedicados a la enseñanza del turismo. Deberán adoptar siempre tecnologías que respeten la dignidad humana, ayuden a planificar, reflexionar, elegir y adaptar las que mejor se ajusten al contexto de estudio, sin renunciar al criterio profesional.

Conclusiones

En líneas generales podemos concluir que la utilización de la inteligencia artificial en la cadena de valor del sector turismo es amplísima y cada día se conciben nuevos usos y aplicaciones ya sea para el uso del pasajero antes, durante y después del viaje como de las agencias de viajes, que poseen el rol de intermediaria entre todos los demás agentes prestadores de servicios, incluyendo transporte, alojamiento, hotelería, actividades tanto en tránsito como en destino. Y por supuesto, de este último desde una visión local.

Actualmente, la IA se utiliza principalmente como una herramienta para asistir a las personas en diversas tareas. Es posible que en un plazo no muy lejano pueda perderse fuerza laboral vinculada al turismo por reemplazo de la IA que responda automáticamente. Tenemos que prepararnos y preparar a nuestros estudiantes para ello. La capacitación continua podría ser una respuesta a esta problemática.

Desde las aulas, los desafíos con los estudiantes son: producir una democratización de los destinos más diversos, romper o poner en tela de juicio la información algorítmica que nos ofrecen (por sesgos y discriminación) ya que todo está segmentadamente dirigido. Es menester enseñar a usar la IA aplicada al turismo desde lo técnico, pero también reforzándolo desde lo discursivo, con una comunicación eficiente.

Por último, el rol del docente siempre debe tener en cuenta los desafíos y las consideraciones éticas de la integración de la enseñanza de la IA en el turismo para garantizar su uso responsable.

Referencias bibliográficas

- Autrán, R. (2023). Sesgos y discriminaciones sociales de los algoritmos en Inteligencia Artificial: Una revisión documental. *Entretextos*, 15(39), 4.
- Castillo-Ortiz, I., Guevara-Martínez, E., y Villar-Patiño, C. (2025). Inteligencia artificial en la industria de la hospitalidad latinoamericana: una revisión de alcance. *Investigaciones Turísticas*, (29), 1–34. Universidad de Alicante.

Comisión Europea. (2018). [COM (2018)237] Inteligencia artificial para Europa: Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Bruselas.

Ferrante, E. (2021). Inteligencia artificial y sesgos algorítmicos ¿Por qué deberían importarnos? *Nueva Sociedad*, (294), 27-36. Buenos Aires.

Flores, L. (2025). Emerging technologies in the Peruvian tourism sector: a bibliometric analysis and perspectives on digital innovation. *Revista científica de sistemas e informática*, 5(2), 5.

Galindo, E., Iriarte, N. y Torres, M. (2025). La inteligencia artificial en la educación turística como motor de empleabilidad en la Era 5.0. Caso. In *Inteligencia artificial: nuevas experiencias académicas* (pp. 175-190) Querétaro: Editorial Transdigital.

Herrera, Y. (2025). Nuevas tecnologías aplicadas en la gestión e innovación del sector turístico. *Conectividad*, 6(1), 224-230.

Lippmann, M. y Tomelin, C. (2025, Julio). Destino Turístico Inteligente e Regenerativo-DTRI: um novo paradigma para o século XXI. Trabajo presentado en el Congresso Brasileiro de Políticas da Vida na Era Digital (Vol. 1, pp. 62-64). Recuperado en: <https://periodicos.univali.br/index.php/CBPVED>

López, L. (2025). Clase 1. Fundamentos de la Inteligencia Artificial. Curso de posgrado Inteligencia Artificial en Educación Superior: Fundamentos, aplicaciones y desafíos éticos. Universidad Nacional de Quilmes. Material inédito a publicar en Editorial UNQ.

Martínez, F., y Peña, J. (2024). IA y sesgos: una visión alternativa expresada desde la ética y el derecho. *Informática y Derecho: Revista Iberoamericana de Derecho Informático* (segunda época), (15), 109-121.

Menghini, V (2024, 16 de diciembre) FuturIA “El inicio de una evolución”: cómo la inteligencia artificial está transformando la industria del turismo. La Nación. Recuperado de: <https://www.lanacion.com.ar/economia/IA/el-inicio-de-una-evolucion-como-la-inteligencia-artificial-esta-transformando-la-industria-del-nid16122024/>

Melo, M. (2025). Inteligência artificial no ensino superior: um estudo das percepções e práticas docentes na FELCS/UFRN. Orientador: Pio Marinheiro de Souza Neto. 2025. 36 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) - Faculdade de Engenharia, Letras e Ciências Sociais do Seridó, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Currais Novos,

Organización de las Naciones Unidas para el Turismo – ONU Turismo- (2025). IA en beneficio del turismo: iniciativas estratégicas de ONU Turismo. Recuperado el 18 de octubre de 2025, de: <https://www.untourism.int/es/innovacion-transformacion-digital/ia-en-beneficio-del-turismo>

Organización de las Naciones Unidas para el Turismo – ONU Turismo- (2024, 28 de noviembre) ONU Turismo lanza el Reto Global de Inteligencia Artificial. Recuperado el 18 de octubre de 2025, de: <https://www.untourism.int/es/news/onu-turismo-lanza-el-reto-global-de-inteligencia-artificial>

Parlamento Europeo. (2020). ¿Qué es la inteligencia artificial y cómo se usa? Texto recuperado de: <https://www.europarl.europa.eu/topics/es/article/20200827STO85804/que-es-la-inteligencia-artificial-y-como-se-usa>

Parrales, P. (2025). La inteligencia artificial como recurso innovador para la simulación de experiencias turísticas en el aula universitaria. *Neosapiencia. Revista especializada en Ciencias de la Educación*, 3(1), 13-30.

Romero, E., Farfán, N., y Escobar, H. (2024). Inteligencia Artificial Aplicada al Sector Turístico: Evolución y Tendencias de Investigación. *Polo del Conocimiento*, 9(11), 857-883.

Schteingart, D., Brizuela, G. y El Khouri, A. (2023). Argentina Productiva 2030. Documento N°43. Turismo 4.0 en Argentina: Un estudio exploratorio sobre sus potencialidades en las ciudades de Ushuaia y Bariloche. Recuperado el 18 de octubre de 2025, de: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/43_-turismo_4.0-_argentina_productiva.pdf

Shelton, K. y Lanier, D. (2024). The Promises and Perils of AI in Education: Ethics and Equity Have Entered The Chat. Estados Unidos: Lanier Learning.

Solove, D. (2020). *El mito de la paradoja de la privacidad*. George Washington University Law School.

Souza, T. (2025). Design centrado no ser humano e inteligência artificial generativa: construção de um artefato focado em viagens a lazer no setor de turismo brasileiro. Dissertação de Mestrado, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo.

Turing, A. (1950). Computing machinery and intelligence. *Mind*, 59(236), 433–460. DOI: <https://doi.org/10.1093/mind/LIX.236.433>.

UNESCO Instituto Internacional de la UNESCO para la Educación Superior en América Latina y el Caribe – UNESCO IESALC- (2025). Disertación de Jordi Plana “Inteligencia artificial en la educación superior: una agenda urgente para la transformación” (26/08/2025). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - Recuperado el 17 de octubre de 2025: <https://www.youtube.com/watch?v=IWk7xfJ7gol>

UNESCO (2024). Guía para el uso de IA generativa en educación e investigación. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

UNESCO. (2021). Reimaginar juntos nuestro futuro: Un nuevo contrato social para la educación. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.