



El turismo se vuelve software

La tecnología invade las ferias turísticas del mundo

Quien haya caminado recientemente por los pasillos de FITUR o de ITB Berlín habrá notado algo curioso. Cada vez hay menos folletos. Y cada vez más pantallas.

Las ferias turísticas más importantes del mundo están viviendo una transformación silenciosa. El espacio dedicado a *travel-tech* (tecnología aplicada al turismo) crece año tras año. Según datos difundidos por PR Newswire, el área tecnológica en estos eventos ha aumentado más del 50 %.

No se trata de un simple cambio de decoración. Es una señal clara de hacia dónde se dirige la industria.

De vender destinos a vender sistemas

Durante décadas, las ferias turísticas fueron vitrinas de destinos. Los países mostraban paisajes, gastronomía, cultura y atractivos naturales. El objetivo era inspirar al viajero o al agente de viajes.

Hoy el discurso empieza a cambiar. La conversación gira cada vez más alrededor de:

- Plataformas tecnológicas
- Inteligencia artificial
- Sistemas de distribución
- Análisis de datos

Los destinos siguen presentes, pero ya no son los únicos protagonistas.



La tecnología entra al centro del turismo

Las empresas tecnológicas han dejado de ser proveedores secundarios.

Ahora ocupan posiciones centrales en el ecosistema del viaje.

En las ferias internacionales aparecen cada vez más soluciones relacionadas con:

- Motores de recomendación basados en IA
- Herramientas de personalización de ofertas
- Plataformas de análisis de comportamiento del viajero
- Sistemas de gestión para hoteles y aerolíneas

La industria turística empieza a parecerse cada vez más a la industria tecnológica.

El nuevo poder del turismo

El turismo siempre ha sido una industria de experiencias. Pero hoy esas experiencias se diseñan con datos.

Los algoritmos analizan patrones de búsqueda, preferencias de consumo y comportamiento digital para anticipar qué viaje puede interesar a cada usuario.

Esto permite crear ofertas dinámicas que cambian en tiempo real. La tecnología deja de ser una herramienta de apoyo.

Se convierte en la infraestructura que sostiene el sistema.

El cambio ya está en marcha

El crecimiento del travel-tech en ferias internacionales refleja algo más profundo que una tendencia pasajera.

Refleja un cambio estructural.

La industria turística se está digitalizando a gran velocidad.

Los destinos seguirán siendo importantes, pero cada vez dependerán más de la tecnología para posicionarse en el mercado global.



Qué significa para agentes y operadores

Para agencias de viajes y operadores turísticos, esta transformación implica adaptarse a un entorno cada vez más digitalizado.

La competencia ya no ocurre únicamente entre destinos o proveedores.

También ocurre entre plataformas tecnológicas.

Quien tenga mejores datos, mejores algoritmos y mejores sistemas de recomendación tendrá ventaja competitiva.

El nuevo equilibrio del turismo

El turismo nació como una industria de hospitalidad. Pero su futuro depende cada vez más del software.

Los destinos seguirán vendiendo paisajes.

Pero será la tecnología la que determine qué viaje aparece primero en la pantalla del viajero. Y en la economía digital, aparecer primero lo es todo.