

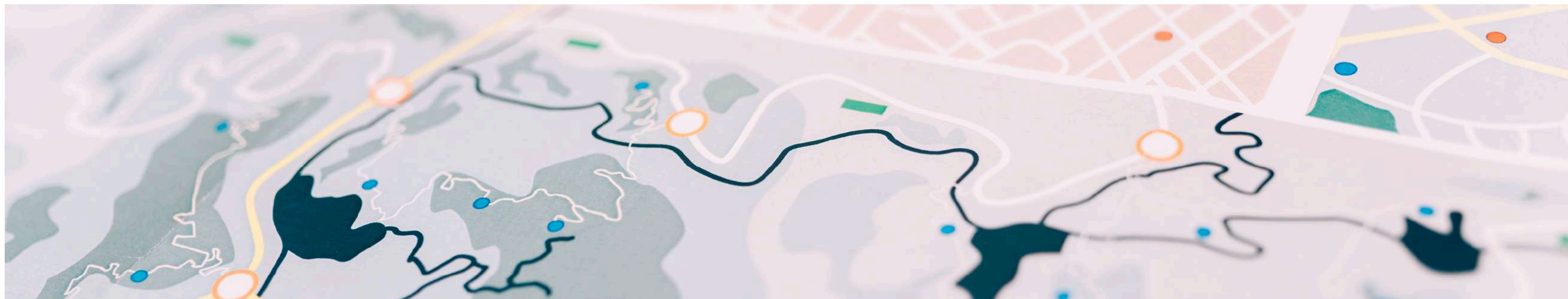
Turismo

Informes de Tendencias
Tecnológicas por Sectores

► Edición julio de 2025

ÍNDICE

01	Economía del sector	02	05	Oportunidades	16
02	Datos	03	06	Casos de éxito	23
03	Grado de disrupción	06	07	Conclusiones	32
04	Retos	09			

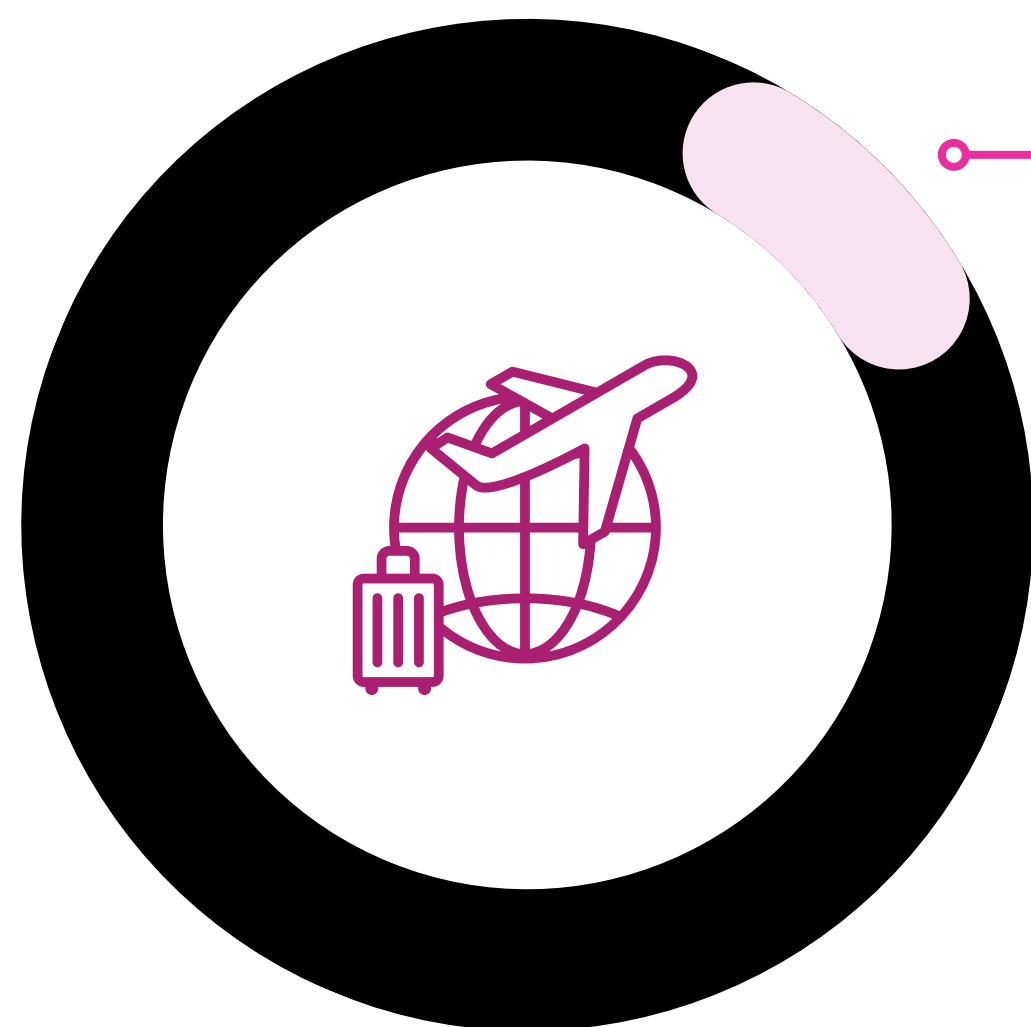


ENTRE LA PERSONALIZACIÓN, LA SOSTENIBILIDAD Y LA INTELIGENCIA DIGITAL

El turismo en 2025 vive una etapa de transformación profunda.

Tras una recuperación consolidada tras la pandemia, el sector se enfrenta a nuevos retos y oportunidades marcados por la digitalización, la sostenibilidad, los cambios en el comportamiento del viajero y la irrupción de tecnologías disruptivas como la inteligencia artificial o el big data. La experiencia del turista ya no se limita al destino, sino que comienza antes del viaje y se extiende mucho después gracias a la personalización, la automatización y los servicios conectados. En este nuevo escenario, la competitividad del sector dependerá de su capacidad para innovar, diversificar su oferta, adaptarse al viajero digital y construir modelos más resilientes, inclusivos y sostenibles.

1. ECONOMÍA DEL SECTOR 2024



La aportación al PIB del **sector turístico** ha sido del:

13,4%

según *Exceltur*

Las **empresas turísticas** suponen el

20,5%

del total en España, un 0,5% más que en 2023

2. DATOS



España recibió un total de 94 millones de visitantes internacionales en 2024, lo que representa un aumento del 10 % respecto a 2023. Este flujo generó 126 000 millones € en gasto turístico, un crecimiento del 16 % interanual.



En julio de 2024 se registraron 10,85 millones de viajes, un 12 % más que el récord anterior, y el gasto turístico ese mes alcanzó 15 535 millones €, lo que supone un aumento del 12 %.



Para el tercer trimestre de 2025, Exceltur estima un crecimiento de ventas entorno al 2,7 %, frente al 6,3 % del mismo periodo en 2024, debido a la incertidumbre económica global.

DATOS



En los primeros cinco meses de 2025 se registraron 9,4 millones de llegadas en mayo (+1,5 %) y una subida del 5,5 % acumulado en el periodo enero-mayo.



Investigaciones recientes en España (2024-25) muestran avances en gemelos digitales turísticos para gestión de patrimonio cultural y análisis de afluencias mediante video-cámaras con IA, reforzando la smart tourism.



Según el Informe 2024 del Nivel de Digitalización de las micro y pequeñas empresas turísticas en España (SEGITTUR / Secretaría de Estado de Turismo), el grado medio de digitalización subió al 47,6 %, frente al 31,2 % en 2022. Este avance refleja mejoras en áreas como marketing online, sistemas de gestión, reservas digitales y automatización administrativa, lo que favorece a la competitividad y sostenibilidad de las pymes.

DATOS



Durante 2024, la industria hotelera española alcanzó una media histórica de ocupación del 74,6 %, muy cerca del registro de 2019. Málaga lideró el ranking con un impresionante 83,9 %, seguida por Valencia (81,1 %) y Canarias (79,4 %).



El ADR (precio medio diario) en España en 2024 subió a 158,4 €, un 33 % más que en 2019, y el RevPAR alcanzó los 118,3 €, un 33,6 % superior a los niveles prepandemia. En el sur de Europa, el ADR incluso llegó a 175 €, el más alto del continente.

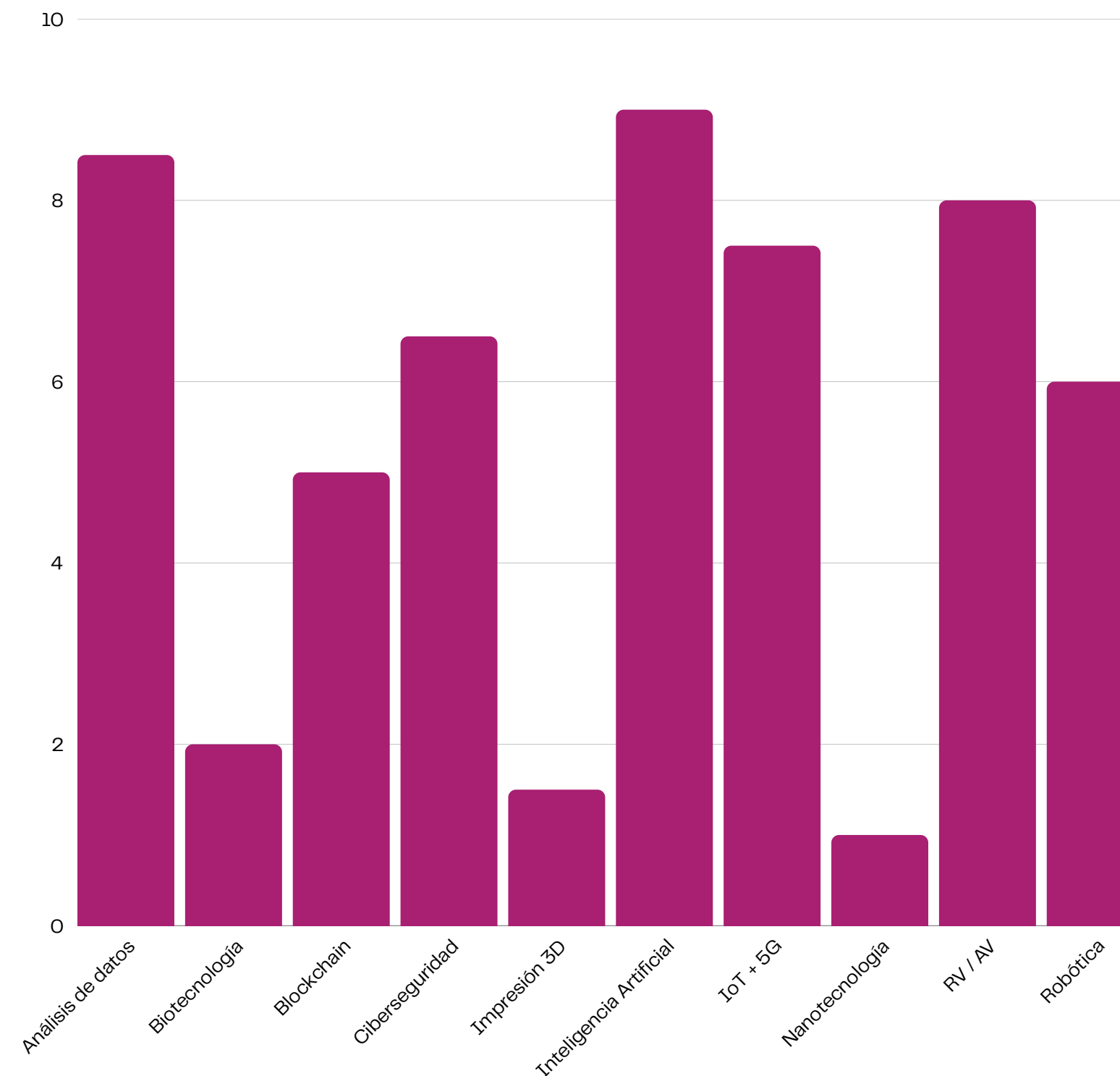


Los alojamientos turísticos tipo VUT alcanzaron los 400 000 unidades en España durante 2024, con un crecimiento interanual del +16,5 %. Esto representa un cambio significativo en la oferta turística, superando la tasa de creación de plazas hoteleras y elevando el peso de estos alojamientos en destinos clave como Madrid, Málaga y Alicante.

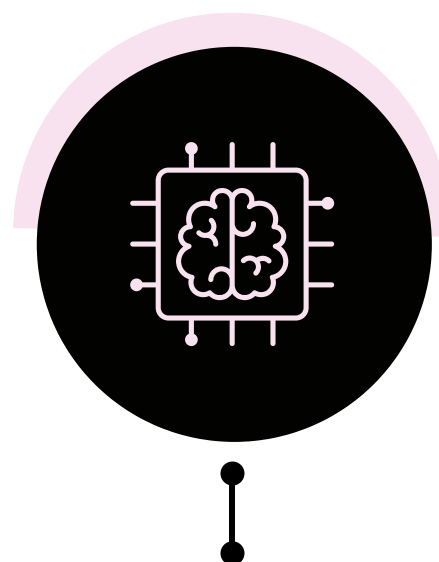
3. GRADO DE DISRUPCIÓN

El turismo está abrazando la transformación tecnológica como nunca antes. La necesidad de ofrecer experiencias más personalizadas, sostenibles y eficientes ha acelerado la adopción de tecnologías disruptivas en todos los eslabones del viaje: desde la planificación hasta la estancia y el postviaje.

Las tecnologías como la inteligencia artificial, el IoT o la analítica de datos permiten optimizar operaciones, anticiparse al comportamiento del viajero y reducir el impacto ambiental. Además, la realidad aumentada y la robótica están redefiniendo la forma en que interactuamos con destinos, alojamientos y servicios turísticos.

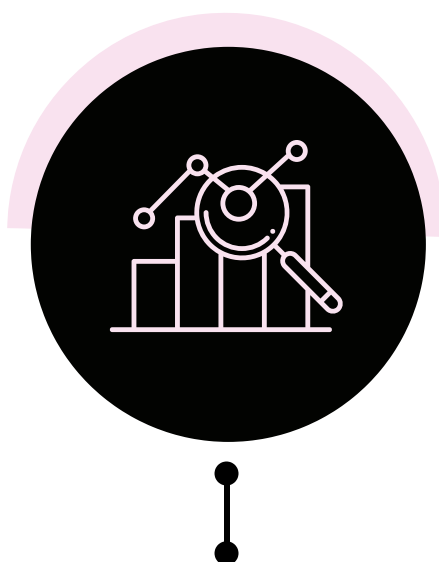


INTELIGENCIA ARTIFICIAL



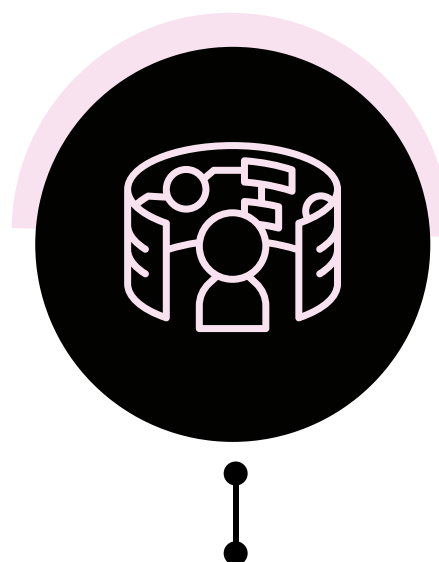
La IA está revolucionando la atención al cliente, la recomendación de destinos, la automatización de procesos y el diseño de itinerarios personalizados. En 2025, chatbots multilingües, asistentes virtuales en hoteles y algoritmos de pricing automático son ya parte habitual del ecosistema turístico.

ANALÍTICA DE DATOS



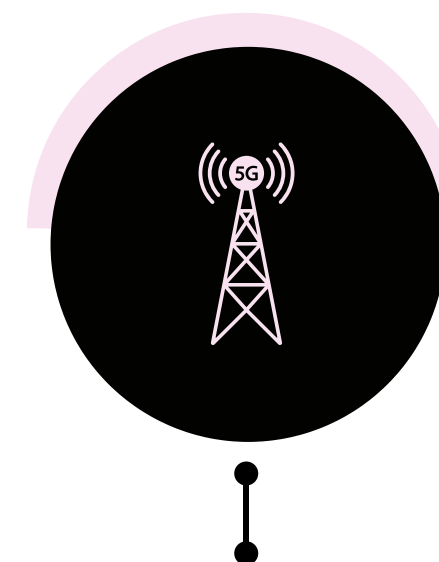
La analítica avanzada permite a hoteles, aerolíneas y plataformas de viajes extraer patrones de comportamiento de los usuarios para anticiparse a sus necesidades. En 2025, se ha convertido en una herramienta clave para personalizar campañas, predecir flujos turísticos, optimizar precios dinámicos y tomar decisiones estratégicas basadas en datos en tiempo real.

RV-RA (METAVERSO)



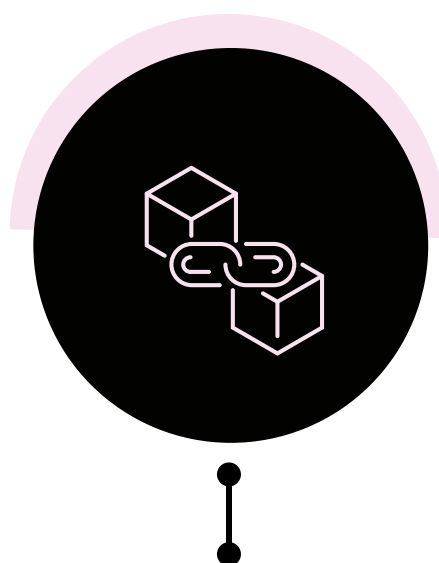
Estas tecnologías están siendo utilizadas para ofrecer visitas virtuales a destinos antes de viajar, enriquecer la experiencia en museos y yacimientos arqueológicos, o facilitar la accesibilidad turística a personas con movilidad reducida mediante simulaciones inmersivas.

IoT-5G



Gracias a la conectividad 5G y los sensores IoT, muchos hoteles han implantado habitaciones inteligentes que adaptan la luz o la temperatura al gusto del cliente. También se aplica en aeropuertos inteligentes, pulseras wearables en resorts y sistemas de monitorización de aforos en espacios turísticos.

BLOCKCHAIN



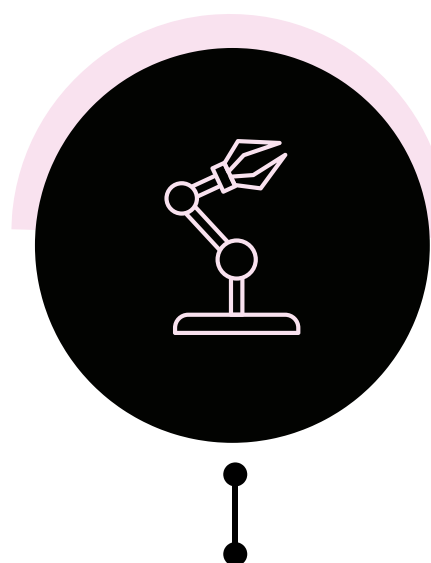
En 2025, la tecnología blockchain se utiliza principalmente para garantizar la trazabilidad de pagos y reservas, combatir el fraude en plataformas de alquiler turístico y emitir credenciales digitales (como certificados de sostenibilidad o identidades verificadas de viajeros frecuentes), además de facilitar programas de fidelización tokenizados

CIBERSEGURIDAD



Con el crecimiento de las reservas digitales y los pagos online, la protección de los datos personales y financieros de los turistas es una prioridad absoluta. Las empresas turísticas han reforzado sus sistemas con firewalls inteligentes, monitorización de amenazas en tiempo real y medidas para cumplir con regulaciones como el GDPR y la NIS2.

ROBÓTICA



En 2025, la robótica ha encontrado su espacio en el sector en forma de recepcionistas robot, sistemas automatizados de check-in/check-out, robots de limpieza en hoteles y drones turísticos para ofrecer vistas panorámicas de destinos o gestionar logística en grandes eventos.

IMPRESIÓN 3D



Su impacto en el sector turístico es aún marginal, pero ya se aplica en algunos destinos en la fabricación rápida de piezas de mantenimiento para hoteles, equipamiento personalizado para actividades deportivas o incluso en la reconstrucción de piezas patrimoniales con fines museísticos o culturales.

4. RETOS

El turismo se encuentra en una fase crítica de transformación en 2025. La recuperación pospandemia ya ha quedado atrás, y ahora el gran desafío es consolidar un modelo más digital, sostenible, personalizado y resiliente.

En un entorno donde los cambios tecnológicos, climáticos y de comportamiento del consumidor avanzan a gran velocidad, las empresas del sector deben adaptarse con agilidad.

Los siguientes retos marcan la agenda inmediata para operadores turísticos, alojamientos, destinos y plataformas tecnológicas:

1

Digitalización integral del ecosistema turístico

2

Gestión inteligente del flujo turístico y lucha contra la masificación

3

Ciberseguridad y protección del dato turístico

4

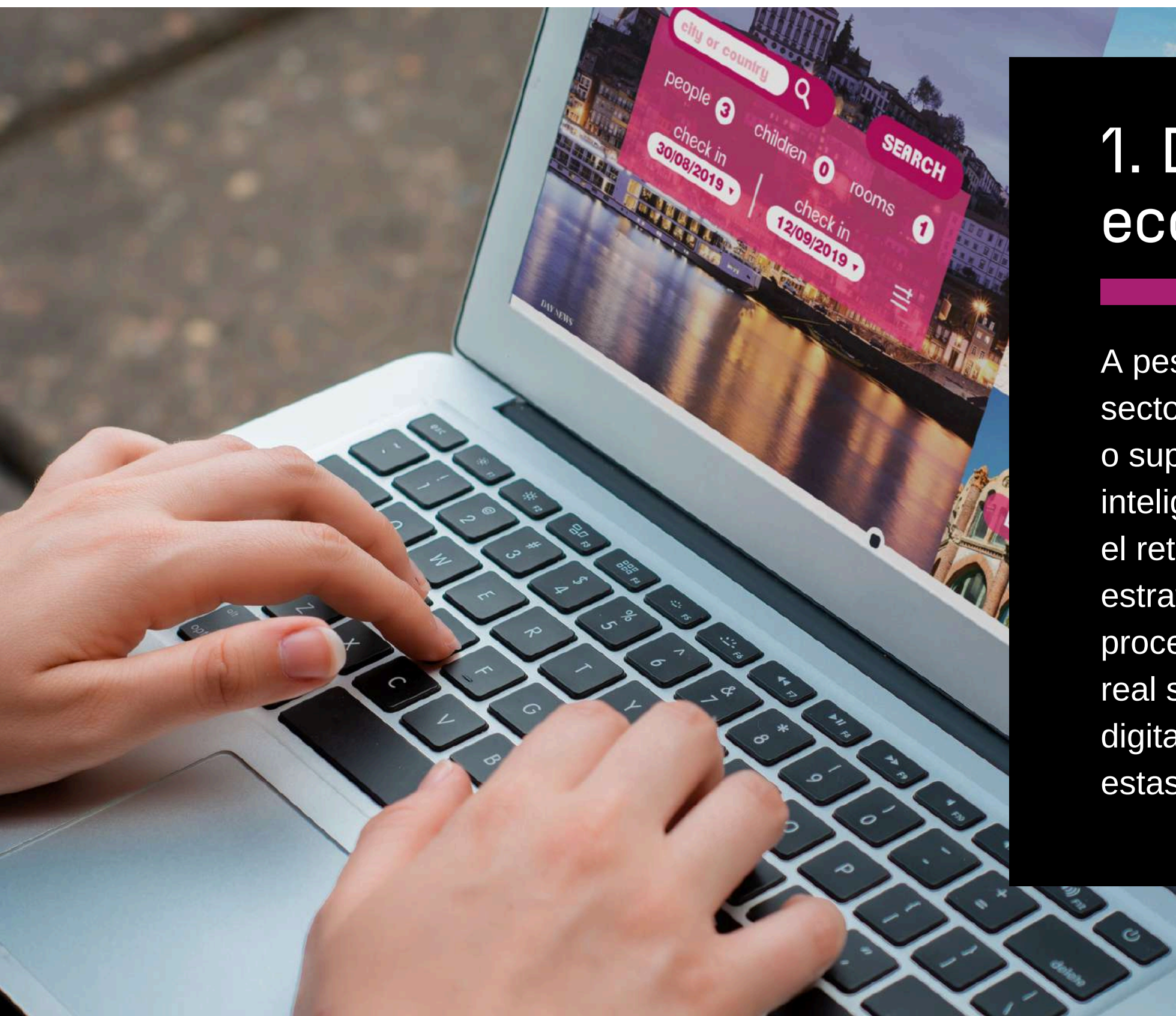
Adaptación al nuevo perfil del viajero digital y exigente

5

Sostenibilidad real y medición de impacto

6

Escasez de talento digital y capacitación del personal



1. Digitalización integral del ecosistema turístico

A pesar de los avances en conectividad y reservas online, gran parte del sector —especialmente las pymes— aún presenta una digitalización parcial o superficial. La integración de sistemas cloud, ERPs turísticos, CRM inteligentes y pasarelas de pago automatizadas sigue siendo baja. En 2025, el reto no solo es incorporar herramientas digitales, sino hacerlo de forma estratégica y conectada: plataformas interoperables, automatización de procesos (check-in, facturación, marketing) y análisis predictivo en tiempo real son clave para garantizar competitividad. Además, la inversión en digitalización debe venir acompañada de formación del personal para que estas herramientas sean realmente efectivas.

2. Gestión inteligente del flujo turístico y lucha contra la masificación

El retorno del turismo en cifras récord ha vuelto a poner sobre la mesa la saturación de destinos icónicos, generando presión sobre infraestructuras y residentes. El reto de 2025 es avanzar hacia un modelo de “turismo distribuido e inteligente”, donde se monitoricen flujos en tiempo real mediante sensores, cámaras y sistemas IoT, redistribuyendo la demanda hacia destinos secundarios.

Plataformas de datos compartidos (DTI), cuadros de mando para gestores públicos y sistemas de reservas con cupo dinámico son claves para lograrlo, mejorando tanto la experiencia como la sostenibilidad de los destinos.



3. Ciberseguridad y protección del dato turístico

Con el auge del turismo digital y la dependencia de apps, reservas online, pagos móviles y asistentes virtuales, los datos de los viajeros están más expuestos que nunca.

En 2025, uno de los mayores retos del sector es blindar estos sistemas frente a ataques cibernéticos, fraudes de identidad o vulnerabilidades en redes públicas. El cumplimiento del Reglamento General de Protección de Datos (GDPR), la Directiva NIS2 y la implantación de medidas como firewalls inteligentes, autenticación multifactor y encriptación de datos son indispensables.

También es esencial reforzar la confianza del cliente con una comunicación clara sobre cómo se protegen sus datos.



4. Adaptación al nuevo perfil del viajero digital y exigente

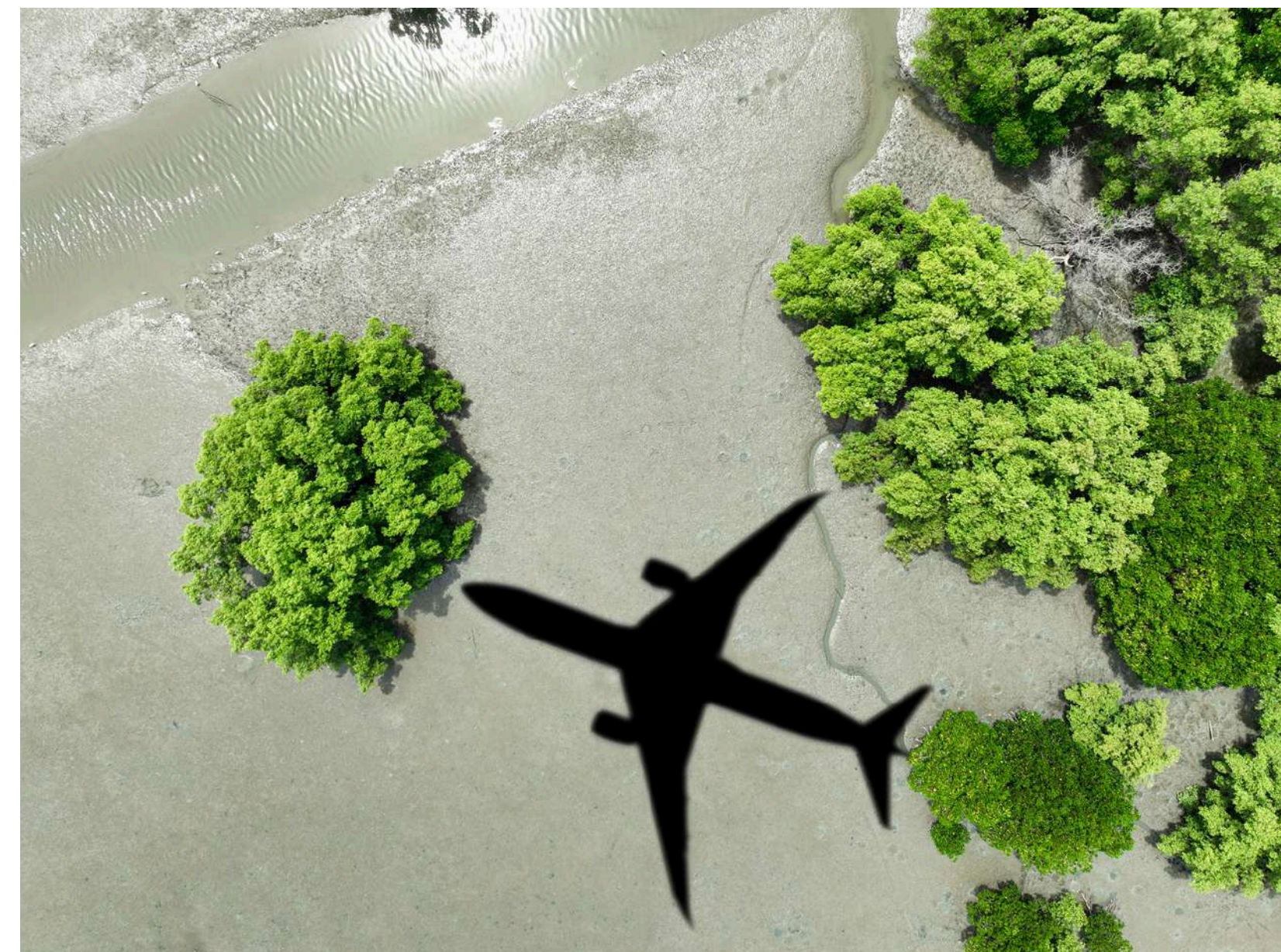
El viajero de 2025 demanda experiencias personalizadas, accesibles, inmediatas y sin fricciones. Espera que todo — desde la inspiración al pago— ocurra desde su móvil o por voz, con recomendaciones adaptadas a sus gustos.

Para las empresas turísticas, el reto es integrar motores de recomendación con IA, asistentes virtuales, chatbots, traducción automática, soluciones de accesibilidad y plataformas omnicanal que acompañen al cliente antes, durante y después del viaje. No adaptarse significa quedar fuera del radar de los nuevos consumidores digitales, especialmente generaciones como los Z o los millennials globales.

5. Sostenibilidad real, certificable y tecnológica

En 2025, la sostenibilidad ya no es un valor añadido: es una exigencia del mercado. Pero muchos operadores aún no cuentan con sistemas para medir su huella de carbono, consumo energético o gestión de residuos. El reto no es solo ser sostenible, sino demostrarlo.

Esto implica adoptar sensores para monitorización ambiental, sistemas de certificación digital, smart meters, trazabilidad mediante blockchain y automatización de procesos sostenibles. Quienes no puedan demostrar su compromiso real quedarán fuera de licitaciones públicas, paquetes turísticos sostenibles o plataformas con criterios ESG.





6. Escasez de talento digital y necesidad urgente de formación

Uno de los mayores cuellos de botella en la transformación del sector es la falta de profesionales con competencias digitales y técnicas: desde especialistas en analítica turística o marketing automation, hasta programadores de chatbots o gestores de ciberseguridad. Muchas pymes turísticas también carecen de liderazgo digital o de planes para reentrenar a su plantilla.

En 2025, el reto es reforzar los vínculos entre sector público, formadores y empresas para desarrollar programas de reskilling, fomentar el empleo joven en turismo tecnológico y apostar por modelos de aprendizaje continuo y certificados microcredenciales.

5. OPORTUNIDADES

El año 2025 ofrece al sector turístico una ventana de oportunidades sin precedentes, impulsada por la recuperación sostenida del mercado global, la digitalización acelerada y la creciente demanda de experiencias más sostenibles, hiperpersonalizadas y conectadas. Las nuevas tecnologías permiten transformar cada fase del viaje en una fuente de valor, eficiencia y fidelización.

En este contexto, las empresas y destinos turísticos que sepan integrar innovación, sostenibilidad y experiencia de cliente estarán en mejor posición para liderar el cambio.

1

Expansión del turismo inteligente (smart tourism)

2

Personalización de experiencias gracias a la IA y el big data

3

Consolidación de nuevos formatos de alojamiento y trabajo

4

Turismo regenerativo y economía circular como ventaja competitiva

5

Aumento de la automatización y eficiencia operativa en el sector

6

Nuevas oportunidades de monetización digital

1. Expansión del turismo inteligente (smart tourism)

El despliegue de tecnologías como el IoT, la analítica de datos, la inteligencia artificial o los sistemas de sensorización urbana permite a los destinos convertirse en territorios inteligentes, capaces de anticipar y gestionar el comportamiento de los visitantes.

En 2025, el turismo inteligente no solo mejora la experiencia del viajero (guías aumentadas, rutas personalizadas, apps contextuales), sino que optimiza los recursos públicos, desconggestiona espacios y promueve un modelo turístico más sostenible y resiliente.





2. Personalización de experiencias gracias a la IA y el big data

El uso combinado de inteligencia artificial y análisis masivo de datos permite diseñar experiencias únicas para cada viajero, anticipando sus preferencias y comportamientos.

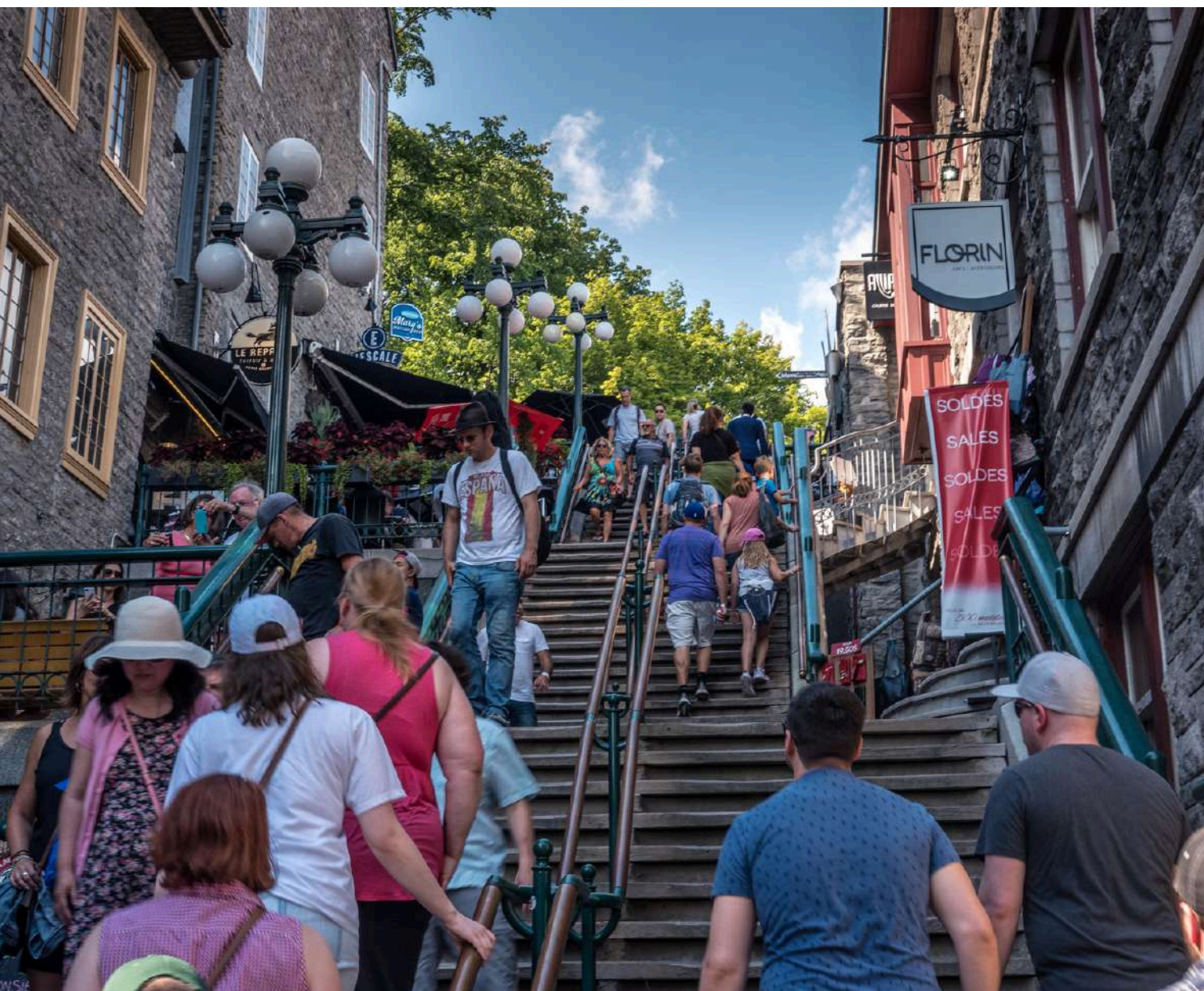
En 2025, los hoteles, aerolíneas, plataformas de reservas y agencias utilizan sistemas de recomendación inteligentes, asistentes virtuales y motores predictivos para ofrecer desde itinerarios personalizados hasta upgrades automáticos, fomentando la fidelización y el aumento del gasto medio por cliente.

3. Consolidación de nuevos formatos de alojamiento y trabajo

El auge del teletrabajo y la economía digital ha impulsado modelos híbridos como el workation, el coliving turístico o los alojamientos flexibles. Estos formatos se consolidan en 2025 como una oportunidad para destinos secundarios y rurales, al atraer a nómadas digitales, profesionales creativos y viajeros de larga estancia.

El desarrollo de hubs digitales, alojamiento con conectividad 5G y servicios adaptados a este perfil será clave para captar este segmento en crecimiento.





4. Turismo regenerativo y economía circular como ventaja competitiva

La transición hacia modelos turísticos más sostenibles da paso al turismo regenerativo, que no solo minimiza el impacto ambiental, sino que devuelve valor al entorno.

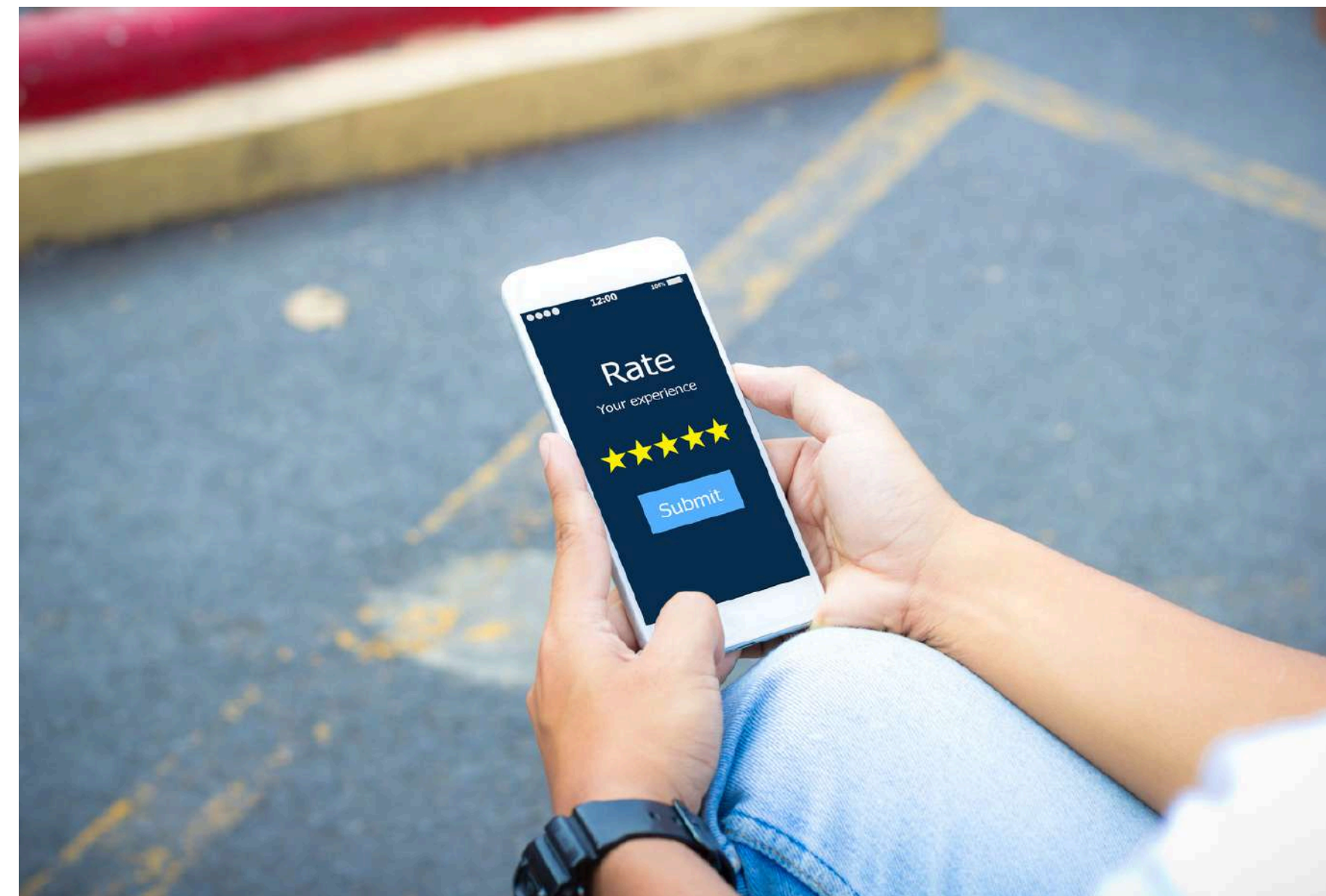
En 2025, destinos y empresas que integran principios de economía circular (como la reutilización de residuos, eficiencia energética o movilidad sostenible) ganan preferencia entre los viajeros más conscientes, especialmente europeos.

Tecnologías como blockchain para trazabilidad o IoT para medir consumos son palancas clave para este enfoque.

5. Aumento de la automatización y eficiencia operativa en el sector

La robotización de tareas repetitivas, la automatización del check-in/out, el uso de sensores para gestión energética y la inteligencia operativa están reduciendo costes y mejorando la experiencia del cliente.

En 2025, las empresas turísticas que automatizan procesos con herramientas digitales obtienen mayores márgenes, mejoran la satisfacción del usuario y reducen su huella ambiental. Esta eficiencia será vital ante los riesgos de inflación, costes energéticos y escasez de personal.





6. Nuevas oportunidades de monetización digital

El turismo está ampliando sus vías de ingresos gracias a modelos digitales como la gamificación, los NFT turísticos (entradas únicas o souvenirs digitales), el contenido inmersivo (realidad aumentada y virtual) y la venta cruzada de servicios personalizados.

En 2025, muchos destinos están creando marketplaces propios o experiencias digitales que prolongan el vínculo con el visitante antes y después del viaje, generando ingresos adicionales y fortaleciendo su marca turística.

6. CASOS DE ÉXITO

El sector turístico en 2025 se caracteriza por una integración creciente de soluciones tecnológicas que impulsan experiencias de viaje más inteligentes y sostenibles. La digitalización avanzada y la innovación en movilidad han abierto nuevas posibilidades para que viajeros y empresas interactúen de manera más eficiente, segura y personalizada.

Los casos de éxito en turismo destacan por la capacidad de combinar tecnología con prácticas responsables, optimizando no solo la experiencia del usuario sino también la gestión de recursos y el impacto ambiental. Estas iniciativas reflejan un cambio profundo hacia un turismo más conectado, consciente y adaptado a las demandas del mundo actual.



IA + IoT-5G + RA-RV

Zaragoza lidera el turismo sostenible con autobuses 100% eléctricos y conectividad avanzada


A partir de septiembre de 2025, **Zaragoza** renovará su flota de autobuses turísticos con tres nuevos vehículos 100% eléctricos, convirtiéndose en la primera ciudad española en ofrecer un servicio turístico sin emisiones contaminantes.

Esta iniciativa forma parte del **Plan de Sostenibilidad Turística en Destino**, respaldado por una inversión de 2,4 millones de euros, de los cuales 1,5 millones provienen de fondos europeos. Los nuevos autobuses, fabricados por UNVI, cuentan con capacidad para 175 personas, una autonomía de 150 km y sistemas tecnológicos avanzados, incluyendo conectividad IoT-5G para una gestión eficiente de la flota y una experiencia turística mejorada.



RA-RV + IoT-5G + IA

Turín lidera el turismo inteligente europeo con rutas accesibles y realidad aumentada



La ciudad de **Turín** ha sido nombrada Capital Europea del Turismo Inteligente 2025 gracias a su enfoque integral en sostenibilidad, digitalización y accesibilidad. El proyecto incluye rutas turísticas adaptadas, movilidad urbana conectada y experiencias culturales inmersivas en realidad aumentada, además de una estrategia transversal de inclusión.

La tecnología implementada combina sensores urbanos, redes 5G y aplicaciones móviles con inteligencia artificial para ofrecer información personalizada y facilitar el acceso universal. Esta iniciativa convierte a Turín en un modelo replicable para otras ciudades europeas comprometidas con la innovación en el turismo.



IA + ANALÍTICA DE DATOS

Mallorca emplea IA para denunciar el turismo masivo en destinos sensibles

En Sóller (**Mallorca**), un grupo de vecinos ha utilizado herramientas de generación de imágenes con inteligencia artificial para visibilizar los efectos del turismo masivo en la localidad. Las representaciones hiperrealistas muestran escenarios de congestión, deterioro urbano y exceso de vehículos, captando la atención de instituciones y medios.

La acción se apoya en modelos de IA generativa entrenados con datos urbanos y turísticos, destacando la utilidad de la tecnología como forma de expresión y denuncia social. Esta iniciativa pionera redefine el papel del ciudadano en la gestión de destinos mediante herramientas digitales avanzadas.

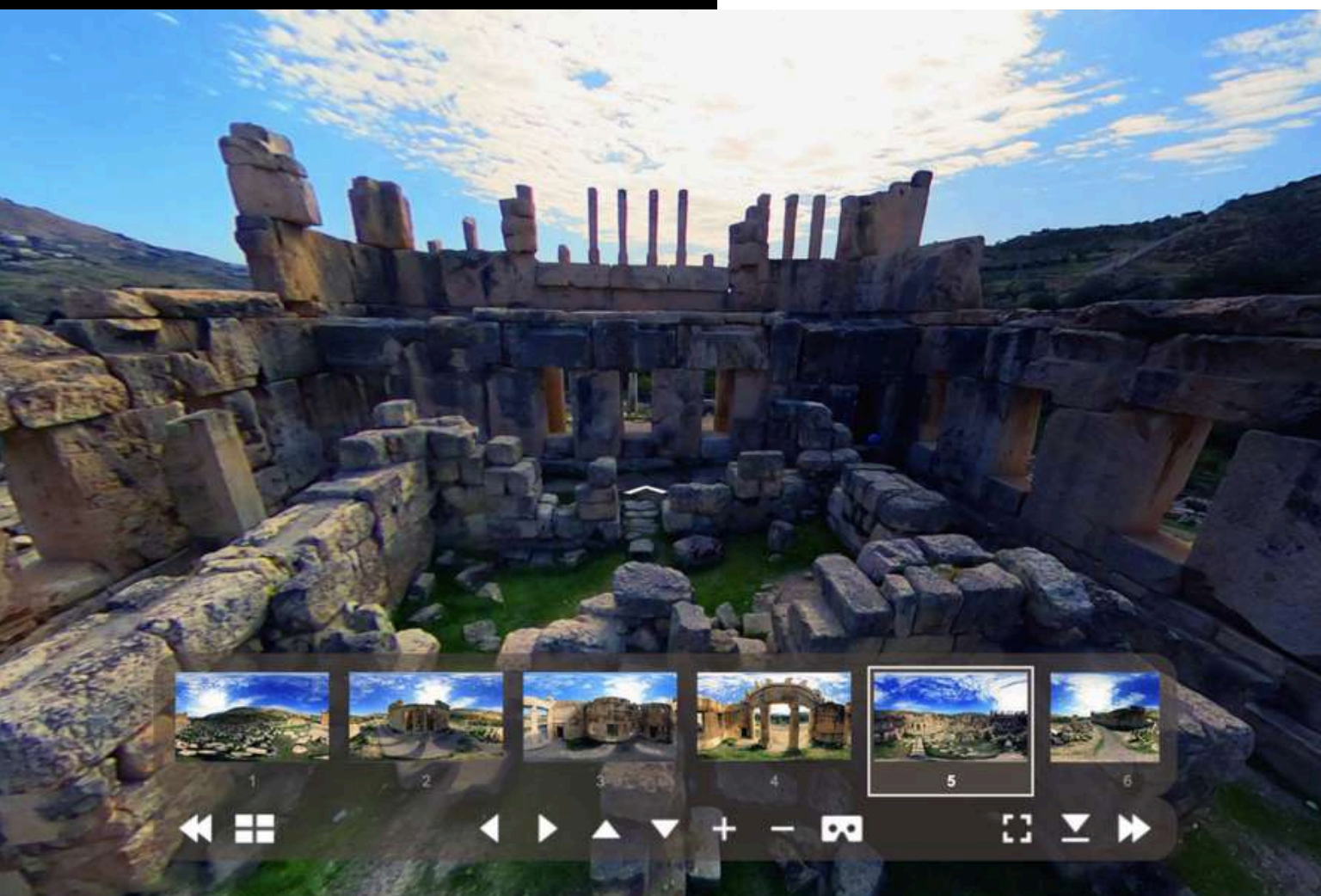


IA + BLOCKCHAIN + RA-RV

Solimar impulsa una gestión turística inteligente con IA, blockchain y realidad aumentada

Solimar International ha desarrollado un paquete de herramientas digitales dirigidas a Oficinas de Gestión de Destinos (DMO), que incluye inteligencia artificial, pagos con blockchain y experiencias en realidad aumentada para visitantes. Estas soluciones buscan reforzar la planificación turística y la interacción sostenible con los viajeros.

La tecnología permite segmentar flujos de visitantes, asegurar transacciones seguras y mostrar adelantos inmersivos de destinos a través del metaverso. Esta propuesta mejora la resiliencia y eficiencia de los destinos en un contexto global cada vez más competitivo.



IA + ANALÍTICA DE DATOS

Meliá potencia la personalización en su web y atención al cliente con IA

Meliá Hotels International ha implementado sistemas inteligentes que adaptan en tiempo real las recomendaciones de hoteles y ofertas según el comportamiento y perfil del usuario. El sistema también dirige al huésped al agente más adecuado en centros de atención, optimizando interacciones.

La solución está basada en IA que procesa datos de navegación, preferencias y contacto para ofrecer sugerencias personalizadas y mejorar ventas adicionales. Este avance permite aumentar la conversión y elevar la satisfacción del cliente mediante tecnología predictiva y gestión inteligente de datos.





ROBÓTICA + IA + ANALÍTICA DE DATOS

*Robots camareros triunfan en Exphotel
2025 en Cancún*

Durante Exphotel 2025 en Cancún, la empresa **Integral Robotics** presentó robots camareros autónomos que navegan por hoteles, suben por ascensores, entregan pedidos y limpian espacios. Los invitados quedaron fascinados por su eficiencia, especialmente un robot con forma de gato que entretiene a los niños mientras transporta platos.

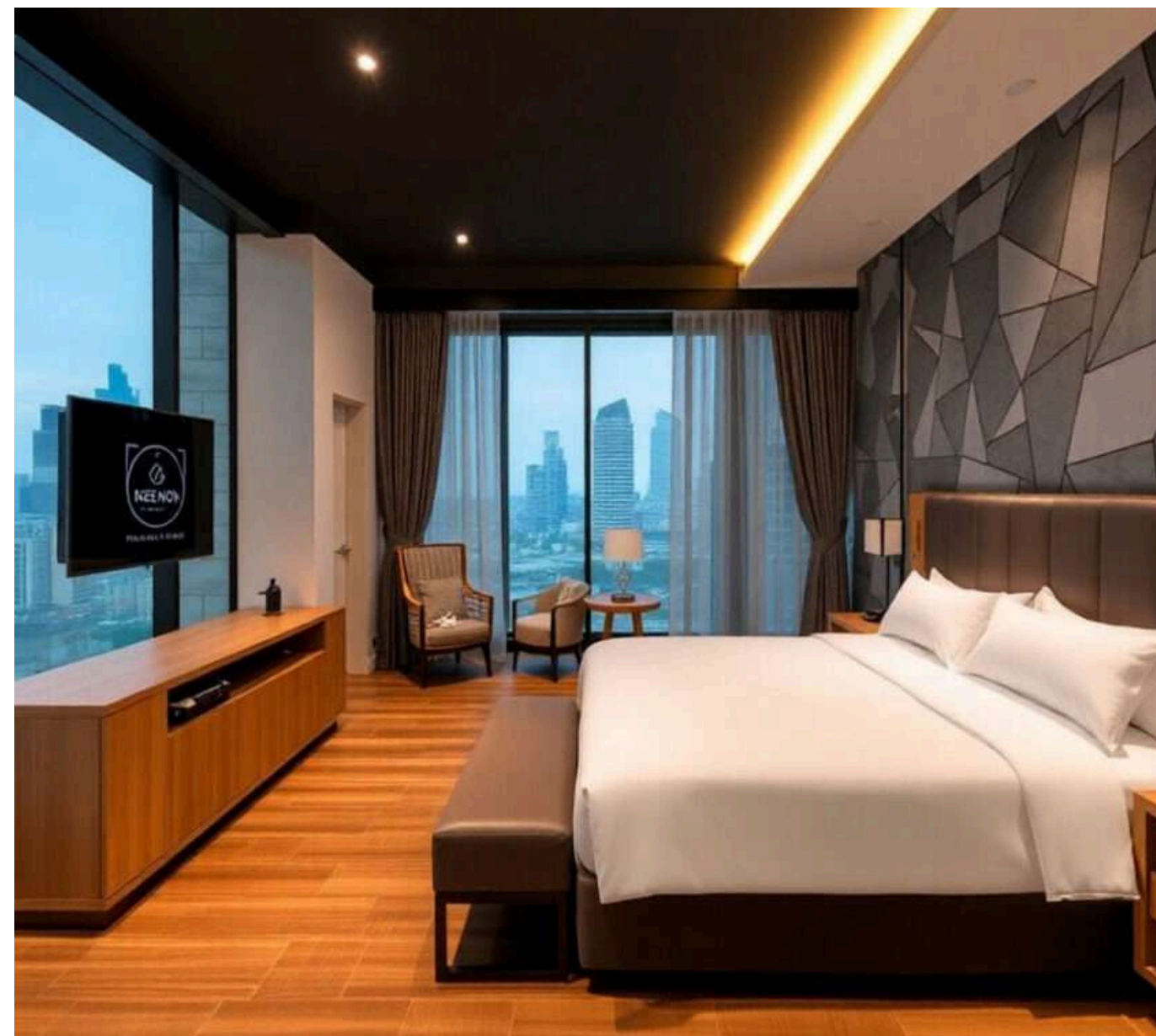
La integración de IA y sensorización permite que estos robots optimicen rutas, reduzcan carga física al personal y brinden atención ecológica. La adopción en varios hoteles de Quintana Roo promete expandirse en los próximos años, enfrentando retos de escasez de personal y costes operativos.

ROBÓTICA + IA + IOT-5G

Furama Hotel Chiang Mai se convierte en primer hotel inteligente de Tailandia

El **Furama Hotel Chiang Mai** ha inaugurado como el primer hotel totalmente inteligente de Tailandia, equipado con una flota de robots de servicio (DINERBOT, BUTLERBOT, KLEENBOT, S100) fabricados por KEENON Robotics. Estos robots realizan tareas de entrega, limpieza y logística en planta, liberando al personal para atención personalizada.

El sistema integra IA avanzada, redes 5G e IoT para coordinar de forma autónoma el envío de comidas, ropa de cama y equipaje, así como la desinfección y mantenimiento de áreas públicas. Con ello, se mejora la eficiencia operativa, la higiene y la experiencia del huésped, consolidando un nuevo estándar en hospitalidad inteligente.



IA + ANALÍTICA DE DATOS + ROBÓTICA

Benidorm prueba un centro inteligente “Smart Cube” con IA y análisis en tiempo real para controlar el turismo masivo

Benidorm ha lanzado un piloto del “**Smart Cube**”, un módulo interactivo situado en la calle que utiliza inteligencia artificial y análisis de datos en tiempo real para medir la afluencia turística y ofrecer recomendaciones mediante un robot.

Este centro inteligente aprovecha sensores urbanos y algoritmos para catalogar la sostenibilidad y accesibilidad del destino, gestionar los flujos de visitantes y ofrecer información personalizada sobre playas, museos o restaurantes. Gracias a esta tecnología, Benidorm avanza hacia una gestión turística más eficiente, segura y sostenible, desarrollando observatorios locales que mejoran la planificación y reducen la masificación.



7. CONCLUSIONES

▶ El turismo español se consolida como motor económico clave, aportando más del 13 % al PIB nacional en 2024 y mostrando un crecimiento continuado en visitantes y gasto turístico. Sin embargo, esta recuperación sostenida exige nuevos modelos de gestión para equilibrar rentabilidad y sostenibilidad.

▶ La digitalización del sector ha avanzado notablemente, con un aumento significativo del nivel de madurez tecnológica en pequeñas y medianas empresas. No obstante, persisten desigualdades en su implementación efectiva, especialmente en zonas rurales y empresas con baja capacitación digital.

▶ La experiencia del viajero se ha transformado radicalmente, impulsada por tecnologías como la inteligencia artificial, el IoT o la realidad aumentada. Estas soluciones permiten una personalización sin precedentes, desde la inspiración del viaje hasta la estancia y la fidelización postviaje.

CONCLUSIONES

La automatización y la inteligencia operativa se posicionan como palancas clave para reducir costes, mejorar la experiencia del cliente y aumentar la resiliencia ante cambios como la escasez de personal o la inflación energética.

El turismo inteligente y los destinos conectados ganan protagonismo, aplicando sensores, analítica predictiva y plataformas interoperables para redistribuir flujos turísticos, evitar masificaciones y elevar la sostenibilidad de los destinos.

El auge de nuevos perfiles turísticos, como los nómadas digitales o el viajero regenerativo, está impulsando la diversificación de productos turísticos y obligando a los destinos a adaptarse a modelos más flexibles, inclusivos y centrados en el impacto social y medioambiental positivo.



CONCLUSIONES

▶ La ciberseguridad y la protección del dato turístico se convierten en prioridades críticas en un ecosistema hiperdigitalizado. Las empresas deben garantizar la privacidad del viajero y cumplir normativas como el GDPR o la Directiva NIS2, incorporando soluciones robustas de protección digital.

▶ El reto del talento digital sigue latente. La escasez de profesionales especializados en IA, marketing digital, automatización o ciberseguridad limita la capacidad de transformación del sector, especialmente en pymes.

▶ El futuro del turismo pasa por una innovación responsable y conectada, donde la tecnología, lejos de deshumanizar, permite crear experiencias más auténticas, inclusivas y sostenibles.

Turismo

Informes de Tendencias
Tecnológicas por Sectores

► Edición julio de 2025