



TIS2025 mostrará cómo la IA revoluciona la forma de llegar al viajero y gestionar los destinos turísticos

Del 22 al 24 de octubre, Sevilla acogerá la feria de innovación turística de referencia, que reunirá a más de 8.000 profesionales para explorar cómo la IA transforma las experiencias de viaje

Expertos de compañías punteras como Google, TikTok, Hotelbeds, Hyatt, IHG o Timeleft, entre otros, compartirán sus propios casos de éxito

Madrid, 26 de septiembre de 2025 – Según el informe *Connected Journeys: How Technology Will Transform Travel in the Next Decade*, elaborado por **Amadeus** y la firma **Opinium**, un 24% de los viajeros españoles ha utilizado la inteligencia artificial para planificar sus vacaciones en 2025, duplicando la cifra del año anterior. Desde la previsión de tendencias mediante el análisis predictivo, hasta una gestión más eficiente de la afluencia de visitantes, pasando por la promoción de destinos en diversos idiomas, la sexta edición de [TIS-Tourism Innovation Summit](#) presentará el nuevo paradigma del sector turístico que se está conformando tras la irrupción de tecnologías como la IA.

TIS2025, que se celebrará en la capital andaluza **del 22 al 24 de octubre**, congregará **a más de 8.000 profesionales** para mostrar cómo los líderes del sector turístico están utilizando la IA para reinventar la manera de inspirar, atraer y fidelizar a los viajeros. Para ello, **más de 400 expertos** se darán cita en **Tourism Innovation Global Summit**, el mayor foro internacional sobre innovación turística, entre los que destacan **Alessandro Petazzi**, CEO de Lastminute.com; **Andrea d'Amico**, CEO de WeRoad; **Tina O'Dwyer**, CEO de The Tourism Space; **Damien Corchia**, Chief Operating Officer de Decathlon Travel; o **Iker Llano**, CEO de Intelier Hotels & Suites. Asimismo, se sumarán representantes de grandes compañías como **Google, TikTok, Hyatt, IHG, Timeleft, Hotelbeds, Skibookers, Alianza Hotelera, Witbooking (Septeo), Paris Je T'aime o Lapland North**, entre otras.

Cuando viajar empieza en el feed: las redes sociales como punto de partida

Las redes sociales han pasado de ser simples plataformas de interacción y comunicación a convertirse en uno de los canales de búsqueda más consultados por los usuarios. En este contexto, las marcas de viaje están aprovechando esta vía para generar, con ayuda de la IA, contenidos cada vez más personalizados y responder mejor a las demandas de su audiencia. Así lo destacará **Anna Grigoryan**, Managing Director Mobility and Experiences de HBX Group. Una visión que completará **Dan Christian**, Host & Founder de Travel Trends Podcast, quien mostrará cómo las empresas de viajes utilizan la IA para impulsar sus resultados mediante precios dinámicos, personalización predictiva, creación de contenido o un servicio al cliente mejorado.

El modelo tradicional basado únicamente en cifras está perdiendo relevancia frente a la creación de contenidos adaptados a las preferencias de los nuevos viajeros y al diseño de experiencias que van más allá de la simple planificación de un viaje. Precisamente, **Tina O'Dwyer**, CEO de The Tourism Space, abordará cómo la IA es capaz de generar vivencias más auténticas y conectadas con las identidades locales. Esta visión también marcará la estrategia de marcas nativas digitales que ya integran la innovación como parte de su ADN, apoyándose en la IA para anticipar tendencias, personalizar ofertas y optimizar operaciones en tiempo real, tal y como explicarán **Alessandro Petazzi**, CEO



de Lastminute.com; **Pere Vallés**, CEO de Exoticca; y **Andrea D'Amico**, CEO de WeRoad.

Asimismo, **Rocío Trujillo**, Manager Regional para el Sur de Europa de Fever; y **Euaen Cassie**, Global Head of Operations de Timeleft, analizarán cómo viajar ya no se trata únicamente del destino, sino de la construcción de confianza e identidad a través de la comunidad, la activación de UGC (Contenido Generado por Usuarios) o el diseño de experiencias grupales que fomenten la conexión. Por su parte, **Florencia Allo**, Manager Regional para Europa Occidental de **Intrepid Travel**, reforzará esta visión al mostrar cómo las marcas con propósito pueden crecer sin perder autenticidad a través de modelos sostenibles y narrativas honestas.

IA, una herramienta de innovación hotelera

En el ámbito hotelero, la IA puede ser una gran aliada para el sector. Por este motivo, [Tourism Innovation Global Summit](#) también acogerá una sesión donde **Fernando Gallardo**, Secretario General de Alianza Hotelera, expondrá casos de éxito en los que el diseño de experiencias únicas ha logrado marcar realmente la diferencia, porque los viajeros de hoy ya no quieren simplemente ver un destino, quieren vivirlo. Este cambio del turismo pasivo a la participación activa está redefiniendo la forma en que las atracciones, los destinos y las marcas de viajes diseñan y ofrecen sus experiencias. De tal forma, TIS2025 será el punto de encuentro en el que agencias de viajes, grupos de gestión, turoperadores y plataformas online, den a conocer cómo se está modificando la experiencia de viaje a través de narraciones inmersivas, actividades prácticas, participación digital e itinerarios personalizados.

Pese a que estos cambios en la manera en que los huéspedes interactúan con los hoteles centrarán el debate, TIS2025 tampoco perderá de vista la esencia de la hospitalidad: la calidez, la empatía y el trato humano. Estas cualidades seguirán siendo el eje del servicio, complementándose con herramientas digitales que, además de aumentar la eficiencia, potencian la calidad humana de la experiencia del huésped.

Sobre TIS – Tourism Innovation Summit (22- 24 de octubre 2025, FIBES Sevilla): [TIS – Tourism Innovation Summit](#) es un foro internacional de innovación, tendencias y reflexión para el sector turístico que ofrece a los directivos y a las empresas del sector conocer las últimas soluciones y productos tecnológicos para mejorar su competitividad. Durante 3 días, TIS reunirá a más de 8.000 profesionales del sector turístico que acuden en busca de las últimas soluciones que les ayuden a impulsar su destino o negocio turístico. Además, más de 400 expertos de todo el mundo compartirán en el congreso Tourism Innovation Global Summit sus estrategias y casos de éxito para impulsar un turismo más inteligente, digital y sostenible.