

Nuevas tendencias apuntan en 2026 a un turismo más inteligente, emocional y diseñado a medida por el propio viajero

TIS define el viajero de 2026, que se inspira en las redes sociales y diseña sus experiencias con IA, en un contexto de transformación hacia el turismo regenerativo

Madrid, 8 de enero de 2026 – La sexta edición de [TIS – Tourism Innovation Summit](#), celebrada del 22 al 24 de octubre en Sevilla, se ha postulado como el gran hub de conocimiento e innovación donde identificar y consolidar los grandes vectores de transformación que están redefiniendo el turismo a nivel global. De la mano de expertos y líderes mundiales, la feria ha servido para **definir los ocho ejes que marcarán el devenir más inminente** de un sector influenciado altamente por la irrupción de las nuevas tecnologías y de la IA.

1. Un viajero más consciente, selectivo y con valores

El turista de hoy ya no elige solo en función del destino o del precio, sino que también se guía por la coherencia. Dedicar más tiempo a planificar —más de cinco horas de búsqueda activa— y analiza si su experiencia encaja con sus principios: autenticidad, sostenibilidad, impacto y cultura local.

2. La inteligencia artificial se convierte en el nuevo agente de viajes

La IA ya no es solo un asistente y ha pasado a ser alguien que diseña, propone, corrige y acompaña durante todo el proceso. Crea itinerarios completos en segundos, ajusta planes según preferencias, presupuesto, valores e incluso estado de ánimo. Los viajeros confían cada vez menos en los buscadores tradicionales y recurren más a herramientas conversacionales que ofrecen soluciones integradas, fluidas y personalizadas.

3. Destinos que se gestionan con datos

La masificación turística deja de ser anecdótica para convertirse en una variable gestionable. Gracias al análisis predictivo y los datos operativos, los destinos pueden anticipar picos de afluencia, proteger la convivencia local y asegurar una experiencia equilibrada. Andalucía, con su plataforma Nexus, es ejemplo de este cambio de paradigma: monitoriza en tiempo real ocupación, movilidad y perfiles del visitante para tomar decisiones más responsables. Ya no se trata de atraer más, sino de atraer mejor.

4. Del “turismo sostenible” al turismo regenerativo

La sostenibilidad ha dejado de ser un distintivo para convertirse en punto de partida. Ahora se impone una idea más ambiciosa: el turismo regenerativo. No basta con no dañar, hay que aportar. Eso implica proteger el entorno, activar economías locales, reforzar vínculos con la comunidad y dejar un legado positivo.

5. TikTok, Netflix y los ‘influencers’ deciden el próximo viaje

La decisión de un viaje comienza antes de pensarlo. Un vídeo de 30 segundos puede despertar el deseo de visitar un destino mejor que cualquier campaña clásica. TikTok, Instagram Reels y YouTube se han convertido en los motores de inspiración más poderosos, especialmente cuando el contenido lo crean residentes, guías y viajeros reales. Son ellos quienes muestran la cultura viva y los rincones ocultos, con autenticidad y emoción.

6. City branding emocional: los destinos ya no se describen, se cuentan

Los destinos han entendido que no se compite con fotos, sino con identidad. Ahora no basta con mostrar monumentos: hay que transmitir cultura, propósito, estilo de vida. Así, el city branding se vuelve narrativo, íntimo y humano. Los podcasts, las experiencias sonoras, los relatos personales y las voces locales construyen ahora el imaginario del destino.

7. El viaje deja de ser individualista: crecen los microgrupos por afinidad

El auge del solo travel convive ahora con una tendencia complementaria: los microgrupos organizados por intereses, valores o estilos de vida. Son viajes de 10 a 15 personas que no se conocen entre sí, pero comparten una forma similar de entender este tipo de experiencias. La diferencia clave es que no se tratan de viajes organizados, sino compartidos.

8. Los alojamientos evolucionan: de dar servicio a generar experiencia

Los alojamientos ya no se diferencian solo por diseño, ubicación o *amenities*. Lo hacen por identidad, por relato y por experiencia. De esta forma nacen formas híbridas como los hostels boutique, los colivings y los alojamientos temáticos, que combinan tecnología, comunidad y cultura local. La automatización (check-in digital, control por voz) también se ha incorporado de manera natural para convivir con el factor humano.

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.