

La UNESCO reúne a expertos internacionales para debatir sobre la ética y la integración responsable de la inteligencia artificial en la educación global

La UNESCO celebra hoy, 23 de octubre, el seminario internacional “Ética de la IA en la educación global: ¿cómo podemos afianzar la innovación responsable en los contextos locales?”, una iniciativa organizada en el marco de la Iniciativa para la Sostenibilidad de la Educación Superior (HESI).

El encuentro reúne a expertos de los seis continentes, junto con líderes universitarios, investigadores y responsables políticos, para reflexionar sobre cómo garantizar un desarrollo ético, inclusivo y seguro de la inteligencia artificial en el ámbito educativo, y se centra en cuestiones clave como:

- El desarrollo de marcos normativos sensibles a los contextos locales.
- Las políticas y directrices actuales sobre ética de la IA en la educación superior.
- Los retos y soluciones para una implementación responsable y sostenible.

Este evento en línea pone el foco en la necesidad de integrar la innovación tecnológica con valores éticos universales, promoviendo una educación más segura, inclusiva y respetuosa con la diversidad cultural.

En un escenario global donde la digitalización, la sostenibilidad y las nuevas tecnologías están redefiniendo muchos de los ámbitos sociales y económicos, entre los que se encuentra la educación o el turismo, la reflexión de la UNESCO invita también a repensar el papel del aprendizaje continuo como motor de transformación responsable.

En este mismo marco de aprendizaje continuo e impulso al conocimiento, el Programa Anfitriones ofrece acciones formativas especializadas con el objetivo de ayudar al sector a responder a los retos reales del turismo: la mejora de la experiencia del visitante, la digitalización de los procesos o la triple vertiente de la sostenibilidad en la gestión de empresas y destinos. Una propuesta que fomenta un aprendizaje práctico y actualizado para avanzar hacia un turismo más responsable y competitivo en esta nueva realidad.



Descubre todas las propuestas formativas en www.turismo-formacion.com

Actualidad

Cuando la IA es quien reserva el viaje: el sector se prepara para un nuevo cliente

La inteligencia artificial está redefiniendo la forma de planificar y reservar viajes. Según un estudio reciente de Amadeus, el 85 % de los jóvenes y más de la mitad de los viajeros españoles ya utilizan herramientas basadas en IA, desde asistentes virtuales hasta motores de recomendación personalizados.

En este contexto, el último encuentro de Phocuswright presentó el modelo “B to AI” (del negocio a la inteligencia artificial), evolución de los tradicionales B2B y B2C, que plantea un futuro en el que las marcas turísticas no solo se dirigen a personas, sino también a agentes de IA capaces de comparar, decidir y reservar por los usuarios.

Plataformas como ChatGPT, Gemini o Kayak.ai ya actúan como asistentes de viaje, lo que obligará a hoteles, aerolíneas y distribuidores a adaptar sus estrategias para ser visibles y comprensibles también para los algoritmos. La inteligencia artificial abre la puerta a una hiperpersonalización sin precedentes, pero también a nuevas cuestiones sobre transparencia, confianza y responsabilidad. La innovación y la ética, concluyen los expertos, deberán avanzar juntas en esta nueva etapa del turismo.

SEGITTUR y TIS2025 colaboran para impulsar la innovación en turismo

SEGITTUR y TIS – Tourism Innovation Summit han renovado su colaboración para promover la innovación y la digitalización del turismo, dando visibilidad a los proyectos que están transformando el sector. La alianza tiene especial protagonismo estos días en el TIS2025, que se celebra en Sevilla del 22 al 24 de octubre, donde se presentan los avances de la Plataforma Inteligente de Destinos (PID) y del Espacio de Datos de Turismo.

Ambas iniciativas, impulsadas por SEGITTUR en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, son pilares clave para la digitalización del ecosistema turístico español. La PID conecta destinos, empresas y visitantes para favorecer un turismo más sostenible, eficiente y adaptado a las necesidades reales del viajero, mientras que el Espacio de Datos, con una infraestructura robusta para el intercambio de datos turísticos entre destinos, facilita la toma de decisiones basadas en información en tiempo real, el diseño de políticas públicas eficientes y un mayor nivel de personalización en la experiencia para el visitante.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



Viajar en 2026: bienestar, literatura y gastronomía local marcarán las nuevas tendencias

Los viajes del próximo año estarán definidos por la búsqueda de experiencias más personales, auténticas y conectadas con el bienestar, según el Informe de Tendencias de Viajes 2026 publicado en octubre de este año por Skyscanner. El estudio, basado en datos de búsqueda y en una encuesta internacional a 22.000 viajeros (incluidos 1.000 españoles), muestra un cambio de mentalidad: “Viajar no será una forma de escapar de la realidad, sino de reconectar con la vida”.

Entre las principales tendencias globales destacan el turismo de belleza, la exploración gastronómica local, las escapadas de montaña, las escapadas literarias, los viajes familiares multigeneracionales, las experiencias centradas en las relaciones personales y los alojamientos con identidad propia.

En España, los datos confirman esta tendencia hacia el viaje experiencial:

El 31 % de los viajeros planea comprar productos cosméticos o visitar spas o centros de belleza en su destino.

El 28 % quiere descubrir los supermercados y tiendas locales para conocer la cultura gastronómica del país.

El 27 % realizará viajes familiares multigeneracionales, y el 26 % se inclinará por rutas de senderismo o escapadas de montaña.

El 20 % planifica viajes literarios, visitando librerías o escenarios de novelas, y un 16% elegirá su destino en función del alojamiento.

El informe concluye que las nuevas motivaciones viajeras combinan bienestar, cultura y autenticidad, consolidando un modelo de turismo más emocional, sostenible y personalizado.

El turismo modera su crecimiento y consolida su transformación digital

El informe señala que las empresas turísticas con mayor digitalización, innovación y posicionamiento de marca están mostrando mejores resultados, consolidando la idea de que el futuro del turismo dependerá de su capacidad de diferenciación y transformación tecnológica.

En materia de empleo, el balance sigue siendo positivo: el sector generó 48.400 nuevos afiliados durante el verano, con un 93 % de contratos indefinidos y un 65 % a tiempo completo, aunque preocupa el repunte del absentismo laboral.

Por mercados, el gasto turístico internacional creció un 5,6 %, impulsado por visitantes del Reino Unido, Polonia y Latinoamérica, mientras que la demanda nacional y la procedente de Alemania, Francia e Italia mostró una ligera desaceleración.

Para el cierre del año, EXCELTUR prevé un crecimiento global del 2,8 % del PIB turístico y un aumento del 2 % en las ventas del cuarto trimestre, consolidando un escenario de estabilidad tras años de expansión acelerada.

Estos resultados refuerzan la importancia de seguir apostando por la formación digital, sostenible y ética, para fortalecer la competitividad de destinos y empresas en un entorno más exigente y orientado al valor añadido. Anfitriones, está a disposición de profesionales y organizaciones del turismo para apoyarles en este objetivo.



AIMAGRO
turismo



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



Aprende

☐ **Formato: MOOC · 8 horas de duración**

☐ **Disponible del 22 de octubre al 19 de noviembre de 2025**

Descubre cómo aplicar los principios de la economía circular al turismo para reducir el impacto ambiental y generar valor sostenible. Aprende estrategias y herramientas que permiten optimizar recursos, impulsar la innovación y fortalecer la competitividad de los destinos turísticos.

☐ **Técnicas de Revenue Management y marketing digital aplicado al turismo**

☐ **Formato: MOOC · 32 horas de duración**

☐ **Disponible del 22 de octubre al 3 de diciembre de 2025**

Aprende a optimizar la estrategia digital de tu negocio turístico, mejorar la visibilidad online y aplicar técnicas de revenue management para incrementar ingresos. Conoce nuevas tendencias como la PNL y la analítica web para impulsar la competitividad y la promoción efectiva de productos y destinos.

☐ **Liderazgo III: Factores y estilos para potenciar resultados**

☐ **Formato: Píldora · 2 horas de duración**

☐ **Disponible del 22 de octubre de 2025 al 15 de enero de 2026**

Profundiza en los factores que influyen en el liderazgo y aprende a adaptar tu estilo según cada contexto. Descubre cómo aplicar el modelo situacional para crear equipos más cohesionados, motivar con eficacia y potenciar resultados en entornos cambiantes.



AIMAGRO
turismo



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO





Compromiso
de Calidad Turística

☐ **Plan de acción para potenciar mi empresa turística con herramientas Google**

☐ **Formato: Píldora · 2 horas de duración**

☐ **Disponible del 22 de octubre de 2025 al 15 de enero de 2026**

Aprende a sacar el máximo partido a las herramientas de Google para impulsar tu negocio turístico. Descubre cómo utilizar Google Business Profile, Ads, Trends o Market Finder para mejorar la visibilidad, analizar mercados y diseñar una planificación digital más eficaz.



AIMAGRO
turismo



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

