

Turismo, competencias humanas e inteligencia artificial generativa: una lectura crítica sobre conocimiento, trabajo y mediación algorítmica.

Tourism, human competencies, and generative artificial intelligence: a critical reading on knowledge, work, and algorithmic mediation.

ENSAYO

Cristina Iglesias Salvado

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina. Contacto: ciglesias35@gmail.com

Recibido: mayo de 2026

Aceptado: junio de 2026

Resumen

El artículo propone una lectura crítica del turismo como campo de conocimiento y como ecosistema de competencias humanas en un contexto atravesado por la expansión de la inteligencia artificial generativa. A partir de una revisión conceptual y del diálogo con bibliografía disciplinar e institucional sobre habilidades transferibles en turismo, se sostiene que, si bien la IA puede ampliar capacidades de síntesis, recomendación y apoyo a decisiones, no sustituye dimensiones centrales del trabajo y del conocimiento turístico vinculadas con la interacción social, el juicio contextual, la sensibilidad cultural y la deliberación ética.

El trabajo examina la IA como una forma de mediación en la producción, circulación y valoración del conocimiento turístico, y discute sus efectos sobre la visibilidad, los sesgos y la homogeneización discursiva. En ese marco, propone pensar la relación entre inteligencia artificial y capacidades humanas en clave de complementariedad crítica, atendiendo a las condiciones institucionales, laborales y epistemológicas bajo las cuales estas tecnologías se integran. De este modo, el artículo contribuye al debate contemporáneo sobre turismo, trabajo y tecnología al reforzar el anclaje conceptual del sector y abrir una agenda de reflexión sobre gobernanza, validación y calidad del conocimiento en arreglos híbridos.

Palabras clave: Turismo; competencias humanas; inteligencia artificial generativa; mediación algorítmica.

Abstract

This article offers a critical reading of tourism as a field of knowledge and as an ecosystem of human competencies in a context shaped by the expansion of generative artificial intelligence. Drawing on a conceptual review and on dialogue with disciplinary scholarship and institutional literature on transferable skills in tourism, it argues that while AI can expand capacities for synthesis, recommendation, and decision support, it does not replace central dimensions of tourism work and knowledge linked to social interaction, contextual judgment, cultural sensitivity, and ethical deliberation.

The article examines AI as a form of algorithmic mediation in the production, circulation, and hierarchization of tourism knowledge, and discusses its effects on visibility, bias, and discursive homogenization. Within this framework, it proposes approaching the relationship between artificial intelligence and human capabilities through the lens of critical complementarity, with attention to the institutional, labour, and epistemological conditions under which these technologies are integrated. In doing so, the article contributes to the contemporary debate on tourism, work, and technology by strengthening the sector's conceptual anchoring and opening an agenda for reflection on governance, validation, and knowledge quality in hybrid arrangements.

Keywords: tourism; human competencies; generative artificial intelligence; algorithmic mediation.

Introducción

El turismo suele abordarse como una industria de servicios orientada a la provisión de experiencias y a la dinamización económica de los territorios. No obstante, esa lectura resulta insuficiente para captar la densidad social, relacional y cultural que atraviesa la práctica turística cotidiana. En el trabajo turístico se ponen en juego encuentros interculturales, negociaciones de sentido, gestión de contingencias y vínculos afectivos que desbordan los marcos estandarizados de la prestación de servicios. En este plano, el turismo aparece también como un espacio de interacción intensiva y de aprendizaje en contextos reales, en el que las competencias humanas se forman y se actualizan a través de la experiencia y de la relación con otros.

En este marco, la expansión reciente de la inteligencia artificial generativa introduce nuevas formas de mediación en la producción, circulación y validación del conocimiento turístico. Estas herramientas pueden sintetizar información, generar textos, recomendar

contenidos y automatizar interacciones, lo que modifica la manera en que el turismo se informa, se comunica y se interpreta. Su impacto no es solo técnico: también influye en qué destinos, prácticas y actores ganan visibilidad, y en las narrativas que orientan tanto la experiencia de los visitantes como las condiciones de trabajo en el sector.

Este contexto plantea una tensión central. Aunque la inteligencia artificial amplía las capacidades de procesamiento, síntesis y estandarización, el trabajo turístico sigue dependiendo de dimensiones como la empatía, el juicio contextual, la sensibilidad intercultural y la gestión de situaciones imprevistas. Estas competencias humanas no son un resto de lo no digitalizable, sino una parte central del valor que el turismo produce como experiencia social. Así, la incorporación de tecnologías generativas no elimina la centralidad de lo humano, pero sí modifica sus condiciones de ejercicio y su lugar en los procesos de producción de conocimiento.

A partir de esta premisa, el artículo propone pensar el turismo no como un sector simplemente expuesto a la automatización, sino como un *ecosistema de competencias humanas* cuya importancia se redefine frente a la expansión de la inteligencia artificial generativa. En lugar de centrarse solo en la adopción tecnológica o en sus efectos operativos, este trabajo desplaza la discusión hacia el problema de cómo se produce y se valida el conocimiento. La pregunta central es de qué manera la IA modifica los modos de producir, validar y circular conocimiento turístico.

Esta discusión adquiere especial relieve si se reconoce que el turismo no solo constituye una actividad económica o una práctica social, sino también un campo de conocimiento cuya autonomía disciplinar ha sido largamente debatida. En esa conversación, Leiper (1979) aporta una delimitación sistémica de su objeto al definir el turismo como un sistema articulado por regiones emisoras, de tránsito y de destino, junto con la industria turística, lo que permitió delimitar un referente analítico relativamente estable. Más tarde, Tribe (1997) problematizó esa estabilización al sostener que el turismo no constituye una disciplina cerrada, sino un campo “indisciplinado”, atravesado por saberes heterogéneos y por una tensión permanente entre enfoques orientados al negocio y aproximaciones centradas en sus dimensiones sociales, culturales y políticas. En una línea próxima, Echtner y Jamal (1997) señalaron que la fragmentación teórica del turismo deriva precisamente de esa pluralidad de tradiciones disciplinares, aunque también advirtieron que tal heterogeneidad puede leerse como condición para construir marcos más integradores.

En este punto, la cuestión no pasa únicamente por decidir si el turismo debe ser considerado una disciplina autónoma, una ciencia aplicada o un campo de estudios interdisciplinario. También importa comprender qué tipo de objeto construye, qué problemas privilegia y bajo qué criterios valida sus saberes. Jafari (2005) interpretó este proceso como parte de la cientifización del turismo y mostró cómo el campo fue configurando plataformas

de conocimiento sucesivas que ampliaron su densidad analítica más allá de la mirada inicial centrada en el crecimiento económico. En una clave contemporánea, Darbellay y Stock (2012) proponen entender el turismo como un objeto complejo e interdisciplinario cuya especificidad no se agota en la suma de aportes parciales, sino que exige una mirada capaz de dar cuenta de su carácter móvil, relacional y multiescalar. En términos convergentes, Franklin y Crang (2001) cuestionaron las lecturas excesivamente funcionalistas y reclamaron teorías del viaje y del turismo atentas a la movilidad y la producción cultural de la experiencia.

En América Latina, este debate ha puesto de relieve que la consolidación del turismo como campo de conocimiento exige enfoques más atentos al contexto y una reflexión epistemológica explícita. En esa dirección, Panosso Netto (2007) sostiene la necesidad de una filosofía del turismo capaz de revisar los supuestos que orientan su producción científica, mientras que Campodónico y Chalar (2011), así como Wallingre (2011), subrayan la importancia de articular investigación, formación y elaboración teórica desde perspectivas integrales y transdisciplinarias. Bertoncetto (2010) advierte, a su vez, que la investigación turística en la región ha registrado avances significativos en institucionalización y difusión, aunque aún enfrenta vacíos teóricos y desafíos para construir interpretaciones más atentas a cada realidad. De manera complementaria, Schlüter (2013) destaca que el desarrollo turístico latinoamericano solo puede comprenderse adecuadamente si se consideran sus trayectorias históricas, sus asimetrías territoriales y las particularidades de sus procesos sociales, mientras que Otero et al. (2009) permiten entender el turismo como un proceso territorial dinámico, atravesado por movilidades, reconfiguraciones espaciales y tensiones entre desarrollo local y transformación de los destinos. En conjunto, estos aportes refuerzan una comprensión del turismo no como un agregado de actividades económicas, sino como un campo territorial y dinámico cuya producción de conocimiento responde a contextos históricos concretos. Desde allí, pensar el turismo como objeto de estudio supone también interrogar los modos en que sus conocimientos se producen, se validan y se jerarquizan en contextos de creciente mediación algorítmica.

En síntesis, este recorrido permite afirmar que la pregunta por el turismo como campo disciplinar no constituye un desvío respecto del problema tecnológico, sino una condición para comprenderlo con mayor precisión. Si el turismo produce conocimientos vinculados a la experiencia, a las relaciones sociales y a los territorios, entonces la expansión de la inteligencia artificial generativa no solo interpela sus prácticas operativas, sino también sus formas de conocimiento, sus criterios de validación y las maneras en que el sector define qué resulta visible y qué considera relevante. Desde allí, la IA puede examinarse no solo como herramienta de apoyo, sino también como una mediación que reordena la producción, circulación y valoración del conocimiento turístico.

En términos de justificación conceptual, el artículo se plantea como un ensayo de lectura y discusión que articula bibliografía académica sobre competencias en turismo con aportes sobre mediación algorítmica e inteligencia artificial generativa. Su propósito no es ofrecer una validación empírica, sino abrir una discusión fundada sobre por qué determinadas competencias humanas ocupan un lugar central en las agendas de formación, empleo y producción de conocimiento. El argumento se apoya principalmente en el marco de Stangl, Neri y Marinska (2026), en documentos institucionales recientes sobre habilidades transferibles en turismo y en autores que permiten pensar la relación entre tecnología, visibilidad y circulación del conocimiento.

Con ese horizonte, el desarrollo se organiza en tres movimientos. En primer lugar, se conceptualiza el turismo como espacio de aprendizaje en contextos reales y como ecosistema de competencias humanas. En segundo lugar, se examina la IA generativa como mediación en la producción de conocimiento turístico. Por último, se discuten criterios de complementariedad entre tecnología y experiencia humana.

Turismo, ecosistema de competencias y mediación algorítmica

A partir de este encuadre, conviene precisar qué implica pensar el turismo como un espacio de aprendizaje en contextos reales y de producción de valor en la interacción. Concebir el sector como un *ecosistema de competencias humanas* permite describirlo no solo como un conjunto de servicios, sino como una trama de prácticas, saberes y disposiciones que se configuran en la vida cotidiana del trabajo. En ese entramado, las competencias dejan de aparecer como atributos individuales aislados. Pasan, en cambio, a entenderse como capacidades que surgen, se consolidan y adquieren sentido en contextos concretos de trabajo, atravesados por contingencia, diversidad cultural y coordinación entre múltiples actores.

Sobre esa base, la inteligencia artificial generativa puede leerse como una forma específica de mediación que interviene en las dinámicas de trabajo, aprendizaje y producción de conocimiento turístico. Más que proponer una oposición simple entre tecnología y actividad humana, conviene observar cómo estas herramientas redistribuyen tareas, tiempos y criterios de validación. El problema, entonces, no reside únicamente en la automatización de funciones, sino en la reorganización del sector y en los efectos que esa reorganización produce sobre el valor de lo humano.

Con este marco, la discusión se desplaza desde una pregunta centrada en el reemplazo tecnológico hacia otra orientada a la coexistencia entre distintos modos de producir valor y conocimiento. El turismo aparece entonces como un terreno privilegiado para observar esa tensión: allí donde los sistemas automatizados aportan capacidad de

síntesis, estandarización y soporte operativo, continúan siendo decisivas competencias como la empatía, el juicio contextual y la gestión de situaciones imprevistas. Sobre esta base, las secciones siguientes desarrollan las dimensiones del ecosistema de competencias y examinan cómo la mediación algorítmica reordena —sin cancelar— su centralidad en el sector.

El turismo como ámbito de formación de competencias

Este enfoque permite conceptualizar el trabajo turístico como un entorno de desempeño en el que se articulan capacidades técnicas y no técnicas (Stangl, Neri y Marinska, 2026; ETC, 2024). En términos analíticos, el sector opera como un dispositivo de aprendizaje situado: la prestación del servicio se configura, simultáneamente, como un proceso de adquisición y estabilización de habilidades interpersonales, intrapersonales y cognitivas, cuyo ejercicio depende de la interacción social, la contingencia y el juicio contextual.

Interacciones interculturales: considerando que la actividad turística se estructura sobre encuentros interculturales en los que convergen marcos de referencia, repertorios lingüísticos y expectativas heterogéneas (ETC, 2024). Esta condición exige competencias comunicacionales (claridad, escucha activa y adecuación pragmática) y disposiciones relacionales (empatía y respeto) orientadas a minimizar fricciones, prevenir malentendidos y sostener interacciones de hospitalidad en contextos de asimetría informacional.

Resolución de problemas en tiempo real: el carácter dinámico del turismo incrementa la exposición a contingencias (cambios en itinerarios, incidentes operativos, fallas de coordinación, entre otros). En consecuencia, se requieren capacidades de diagnóstico rápido, priorización y toma de decisiones bajo restricciones de tiempo, así como coordinación con múltiples actores (OMT, 2019; Stangl, Neri y Marinska, 2026). Estas prácticas movilizan pensamiento crítico y creatividad aplicada, en un marco en el que la calidad del servicio depende de la resolución situada de problemas.

Gestión emocional: la interacción permanente con público, sumada a presiones operativas y a la variabilidad de situaciones, demanda competencias de autorregulación y gestión emocional (OMT, 2019; ETC, 2024). Esto incluye controlar respuestas ante conflicto, sostener una disposición de servicio y recuperarse de eventos estresantes (resiliencia). En el plano organizacional, estas capacidades se vinculan con el denominado trabajo emocional, decisivo para mantener estándares de hospitalidad y continuidad operativa.

Creación de experiencias memorables: la producción de valor en turismo se vincula con la capacidad de diseñar, coordinar y ajustar experiencias en función de necesidades y preferencias del visitante (ETC, 2024). Ello supone empatía, anticipación de demandas,

personalización y consistencia en la prestación. Más que un rasgo accesorio, estas prácticas inciden en indicadores como satisfacción, recomendación y retorno, y dependen de competencias relacionales y de juicio contextual difíciles de estandarizar completamente (Stangl, Neri y Marinska, 2026).

Trabajo colaborativo: la prestación de servicios turísticos se apoya en arreglos organizacionales interdependientes que requieren coordinación entre roles, áreas y organizaciones —alojamiento, transporte, gastronomía, guías, gestión pública, etc.— (OMT, 2019). En este marco, el trabajo colaborativo implica comunicación transversal, alineación de criterios, gestión de traspasos y construcción de confianza. Asimismo, habilita el aprendizaje colectivo mediante intercambio de información y estandarización reflexiva de buenas prácticas (ETC, 2024).

Adaptación a la incertidumbre: la variabilidad de la demanda, la estacionalidad y la exposición a eventos externos (climáticos, sanitarios, políticos) convierten la incertidumbre en un rasgo estructural del sector (OMT, 2019). Por ello, los profesionales desarrollan competencias de adaptación que combinan flexibilidad operativa, planificación contingente y capacidad de reconfigurar recursos en función del contexto. Esta disposición proactiva resulta clave para sostener continuidad del servicio e identificar oportunidades emergentes.

En conjunto, estos procesos contribuyen a la consolidación de competencias de alta dependencia contextual: su desempeño exige interpretación de señales situacionales, negociación de significados y manejo de dinámicas relacionales (Stangl, Neri y Marinska, 2026; ETC, 2024). Estas características establecen límites a la automatización, en la medida en que los sistemas algorítmicos tienden a operar con representaciones simplificadas del contexto y con capacidades restringidas para gestionar ambigüedad social y responsabilidad ética.

Con fines analíticos, el ecosistema de competencias puede organizarse en distintas dimensiones. El cuadro siguiente se incorpora como una herramienta de lectura: permite visualizar familias de capacidades —relacionales, intrapersonales, cognitivas y ético-cívicas— y discutir su relevancia en escenarios de automatización creciente.

Tabla 1. Ecosistema de competencias humanas en el Turismo por dimensiones

Competencias	Dimensiones ¹
Interpersonales	Incluyen empatía, comunicación efectiva, escucha activa y comprensión intercultural. Estas habilidades se desarrollan en la interacción cotidiana con viajeros de diferentes culturas, edades y expectativas.
Intrapersonales	Comprenden resiliencia, autocontrol, adaptabilidad y gestión emocional. El trabajo turístico exige responder a situaciones imprevistas, gestionar la presión operativa y mantener la calidad del servicio.
Cognitivas	Incluyen pensamiento crítico, toma de decisiones, creatividad y resolución de problemas. Los trabajadores deben improvisar, coordinar actividades y resolver conflictos en tiempo real.
Socioemocionales	Como paciencia, amabilidad, hospitalidad y cooperación. Estas habilidades son esenciales para generar experiencias positivas y construir relaciones de confianza.
Ciudadanía global	Sensibilidad cultural, ética, responsabilidad social y sostenibilidad. El turismo expone a los trabajadores a realidades diversas, promoviendo una comprensión más amplia del mundo.
De aprendizaje y adaptación tecnológica	Incluyen alfabetización digital y aprendizaje continuo. El sector incorpora herramientas tecnológicas que requieren actualización constante.

Fuente: elaboración propia a partir de Stangl, Neri y Marinska (2026) y ETC (2024).

La Comisión Europea de Turismo (ETC) ha incorporado el enfoque de ecosistema de competencias humanas como referencia para orientar estrategias de desarrollo de la fuerza de trabajo en turismo. Este encuadre reconoce el papel del sector en la formación de capital humano con alta adaptabilidad, atributo particularmente relevante en un contexto de automatización y difusión de tecnologías basadas en IA (ETC, 2024).

A medida que la IA absorbe tareas estandarizables, las competencias socioemocionales e interpersonales adquieren centralidad como dimensiones de valor

¹ Nota: las dimensiones del cuadro se presentan como una síntesis de lectura elaborada a partir del marco del ecosistema de competencias y de documentos sobre habilidades transferibles en turismo; su finalidad es heurística y no pretende reemplazar clasificaciones exhaustivas (Stangl, Neri y Marinska, 2026; ETC, 2024).

agregado. En turismo, estas capacidades inciden en la calidad de la experiencia, en la gestión de la diversidad y en la resolución situada de problemas, aspectos para los cuales los sistemas automatizados presentan restricciones estructurales.

Por ello, el fortalecimiento de competencias humanas constituye un componente estratégico de políticas laborales y educativas orientadas a sostener empleo de calidad y a acompañar transiciones tecnológicas. Más que operar como “residuo” de lo no automatizable, estas habilidades se configuran como un núcleo de desempeño y legitimidad en un sector intensivo en interacción.

En este sentido, importa subrayar que, frente al avance de la IA, las competencias humanas incluidas en el ecosistema adquieren mayor centralidad. En la medida en que los algoritmos automatizan tareas técnicas y de procesamiento de información, las capacidades relacionales, emocionales, creativas y éticas tienden a concentrar una proporción creciente del valor agregado y, por extensión, de la empleabilidad en el sector. En esta línea, el ecosistema de competencias permite comprender el turismo como un sector que contribuye a la formación de capacidades humanas relevantes, con posibles efectos sobre la calidad del empleo, la cohesión social y la sostenibilidad del desarrollo.

La discusión sobre inteligencia artificial en turismo ha tendido a concentrarse en dimensiones operativas —eficiencia, personalización, automatización de servicios— o en evaluaciones de impacto laboral. Sin embargo, resulta menos frecuente un abordaje que examine la IA generativa como un agente que no solo procesa información, sino que también interviene en la construcción de narrativas, en la distribución de visibilidad y en los criterios con que se valida el conocimiento turístico. Bajo esta mirada, el artículo se inscribe en una línea de análisis que entiende la IA como una mediación entre tecnologías, sistemas técnicos y actores humanos que configura y transforma prácticas sociales complejas. A la vez, articula esta lectura con el enfoque de ecosistema de competencias humanas para indagar qué formas de conocimiento se fortalecen, cuáles se debilitan y en qué condiciones ocurre esa redistribución.

Más que volver sobre el debate general acerca de la autonomía disciplinar del turismo —ya planteado en la introducción—, interesa retener aquí una de sus consecuencias más sugerentes: la producción de conocimiento turístico siempre estuvo atravesada por disputas en torno a sus objetos, sus métodos y sus criterios de validez. La expansión de la IA reactualiza esas controversias al incorporar nuevos intermediarios en la selección, síntesis y valoración de la información que circula en el sector.

Aquí, el ecosistema de competencias humanas delineado por la Universidad de Surrey constituye una herramienta útil para repensar el conocimiento turístico en la era digital. Al identificar un conjunto amplio de habilidades interpersonales, intrapersonales, cognitivas y socioemocionales desarrolladas en el trabajo turístico, este enfoque permite mostrar que

buena parte del conocimiento del sector no se reduce a información codificable, sino que depende de la experiencia, de la interpretación del contexto y de la responsabilidad en la relación con otros (Stangl, Neri y Marinska, 2026). Este marco conceptual resulta pertinente para analizar las transformaciones asociadas a la expansión de la IA generativa en la producción de conocimiento turístico.

La discusión que sigue aborda esta coexistencia en términos de mediación algorítmica y de tensiones entre distintos modos de validar y producir conocimiento. En este escenario, el turismo aparece como un ámbito especialmente fértil para observar cómo la automatización de tareas cognitivas convive con saberes basados en experiencia, sensibilidad cultural y relación interpersonal.

La cuestión central no reside, entonces, en oponer capacidades humanas y sistemas generativos, sino en definir en qué condiciones su articulación puede sostener la calidad relacional, cultural y ética del conocimiento y del trabajo turístico.

Epistemologías del algoritmo: qué se vuelve visible (y qué queda fuera)

La IA generativa transforma la producción de conocimiento turístico al convertirse en un intermediario cognitivo que sintetiza, filtra y reescribe información. Sin embargo, esta mediación algorítmica opera con criterios parcialmente opacos y puede reproducir sesgos, homogeneizar narrativas o invisibilizar actores con menor presencia digital.

Desde una lectura foucaultiana, esta mediación puede comprenderse como parte de un *régimen de verdad*: un conjunto de procedimientos que define qué enunciados circulan como válidos, qué saberes se privilegian y qué voces quedan marginalizadas (Foucault, 1980). En entornos digitales, estos procedimientos se apoyan crecientemente en infraestructuras de datos y modelos de lenguaje que operan como dispositivos de selección y ordenamiento discursivo, influyendo en la visibilidad de destinos, prácticas y actores.

En términos de la *sociedad red* (Castells, 2010), la producción de conocimiento turístico se organiza en flujos de información donde la relevancia se distribuye de manera desigual según capacidades técnicas, conectividad y posicionamiento en plataformas. En este contexto, la IA generativa puede reforzar concentraciones de visibilidad, por ejemplo, al amplificar fuentes ya dominantes, o bien abrir oportunidades de acceso y traducción de información para actores periféricos, según cómo se diseñen y gobiernen sus usos.

Asimismo, desde la *teoría del actor-red* (Latour, 2005), la IA puede analizarse como un actor que redistribuye acciones: no reemplaza simplemente decisiones humanas, sino que reconfigura prácticas (búsqueda, recomendación, escritura, evaluación). Esto implica que el conocimiento turístico emerge de redes híbridas —personas, plataformas, datos, modelos— y que su calidad depende tanto de competencias humanas (juicio, ética, sensibilidad cultural)

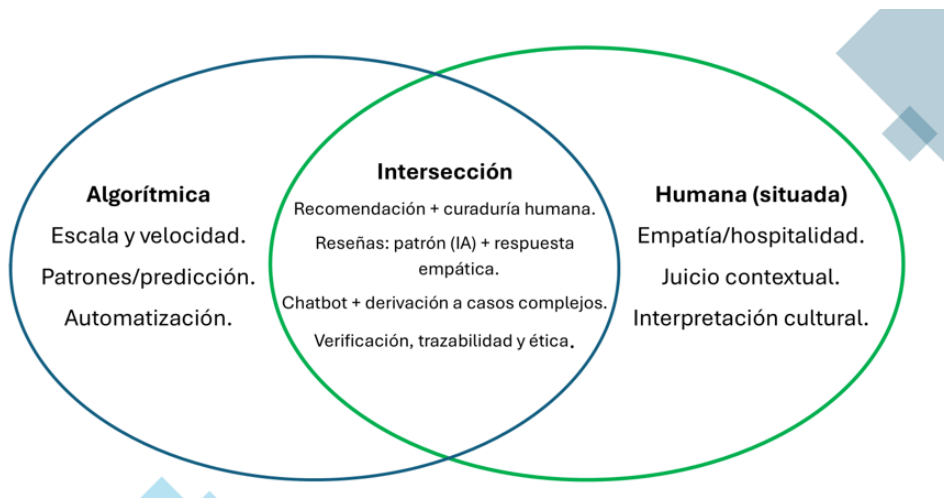
como de las condiciones técnicas y políticas que estructuran el funcionamiento de los sistemas.

En contraste, el ecosistema de competencias desarrollado en la Universidad de Surrey desplaza el foco hacia la diversidad humana, la interpretación situada y la experiencia vivida, dimensiones que la IA difícilmente puede sustituir por completo. Mientras los algoritmos producen conocimiento a partir de patrones estadísticos, los trabajadores turísticos lo elaboran en la interacción, mediante sensibilidad cultural, improvisación contextual y juicio práctico. De allí que el turismo pueda pensarse como un laboratorio en el que conviven —no sin fricciones— dos epistemologías:

- *Epistemología algorítmica*: basada en datos, patrones y síntesis automatizada.
- *Epistemología humana*: basada en la experiencia, la empatía y la interpretación situada.

El turismo se convierte así en un espacio de intersección en el que ambas formas de conocimiento se encuentran, se complementan y, en ocasiones, entran en conflicto.

Figura 1. Diagrama de Venn: Epistemologías en coexistencia



Fuente: elaboración propia.

El diagrama sintetiza dos modos de producción y validación del conocimiento que coexisten en el turismo. Por un lado, la *epistemología algorítmica* organiza información a partir de datos, patrones y procedimientos de síntesis (p. ej., agregación de reseñas, predicción de demanda, recomendaciones y generación de textos). Por otro lado, la *epistemología humana* se sostiene en experiencia situada: interpretación del contexto, lectura de señales sociales, comprensión intercultural y deliberación ética en situaciones no completamente formalizables (p. ej., gestionar expectativas, resolver conflictos en vivo, sostener hospitalidad ante contingencias).

La zona de intersección señala *prácticas híbridas*, es decir, arreglos en los que la síntesis basada en datos se articula con evaluación profesional y criterios normativos. El diagrama permite precisar que cada epistemología produce un tipo de “visibilidad”: la algorítmica tiende a privilegiar regularidades (patrones, rankings, predicción), pero puede volver marginales matices culturales, asimetrías y sentidos locales; la humana privilegia interpretación situada y responsabilidad, pero no siempre alcanza escala para detectar tendencias sistémicas.

En la intersección, por tanto, la cuestión no es “sumar” ambas sin fricción, sino definir un *control de calidad*: qué afirmaciones algorítmicas requieren verificación contextual y qué decisiones deben permanecer bajo responsabilidad humana (por ejemplo, usar IA para identificar patrones de quejas, pero decidir intervenciones con conocimiento local; o redactar respuestas con asistencia generativa, sometiéndolas a revisión por adecuación cultural). Esta lectura desplaza el foco desde la automatización hacia la gobernanza de la mediación (supuestos, sesgos, trazabilidad y supervisión), y prepara la noción de complementariedad que organiza la Figura 1.

Zona de complementariedad. La epistemología algorítmica puede aportar capacidad de síntesis, detección de patrones y soporte a decisiones, mientras que la epistemología humana aporta interpretación situada, ética y manejo relacional. En turismo, la calidad del conocimiento mejora cuando los resultados algorítmicos se someten a juicio contextual y se orientan a amplificar, no a reemplazar, la interacción humana.

A la luz de lo anterior, la pregunta por si la IA generativa amplifica o erosiona el ecosistema de competencias humanas remite menos a un efecto automático de la tecnología que a las formas concretas de su implementación, regulación y apropiación en el sector.

Figura 2. La tecnología como mediación

La IA puede potenciar el ecosistema cuando:	Puede erosionar el ecosistema cuando:
Libera tiempo operativo para que los trabajadores se concentren en tareas humanas	Sustituye interacciones humanas por interfaces automatizadas
Facilita la formación mediante simulaciones, tutorías o análisis de casos	Reduce la complejidad de la experiencia turística a respuestas sintéticas
Amplia el acceso al conocimiento turístico para comunidades y escuelas	Desplaza la autoridad del conocimiento hacia sistemas opacos

Fuente: elaboración propia.

El riesgo principal no reside solo en la sustitución de tareas, sino en el desplazamiento de formas de relación, aprendizaje y juicio práctico que resultan constitutivas del trabajo turístico y del conocimiento que allí se produce.

Hacia una complementariedad crítica (y no una sustitución)

La discusión desarrollada hasta aquí sugiere que el futuro del turismo no debe pensarse como una competencia entre inteligencia artificial y capacidades humanas, sino como un problema de articulación crítica entre formas heterogéneas de producir valor y conocimiento. En ese marco, la IA puede contribuir a procesar información, detectar patrones y apoyar decisiones, mientras que los trabajadores continúan siendo decisivos en la interpretación situada, la gestión relacional y la deliberación ética.

Desde aquí, el ecosistema de competencias ofrece una base para orientar políticas públicas, formación profesional y estrategias organizacionales capaces de integrar tecnologías generativas sin desplazar la dimensión humana del turismo. La cuestión no consiste solo en incorporar herramientas, sino en definir criterios de uso, supervisión y responsabilidad que permitan que la mediación algorítmica amplifique —y no erosione— las capacidades relacionales, culturales y cognitivas sobre las que se sostiene esta actividad.

A modo de cierre

El recorrido desarrollado permite sostener que la relación entre turismo e inteligencia artificial generativa no puede pensarse en términos de sustitución lineal, sino como una reconfiguración de prácticas, conocimientos y mediaciones. En tanto espacio de interacción social intensiva, el turismo continúa apoyándose en competencias humanas que dependen de la experiencia situada, de la interpretación del contexto y de la relación con otros; dimensiones que no solo estructuran la calidad de la experiencia turística, sino también la producción de conocimiento que circula en el sector.

La IA generativa introduce una mediación capaz de ampliar la síntesis de información y apoyar decisiones, pero también de homogeneizar narrativas, invisibilizar matices culturales y desplazar el juicio profesional hacia sistemas parcialmente opacos. Por ello, la cuestión central no reside solo en decidir qué procesos automatizar, sino en definir cómo se diseñan, supervisan y evalúan estas mediaciones en relación con el trabajo humano.

En este escenario, el turismo se configura como un espacio en el que coexisten una epistemología algorítmica, orientada a patrones, escalabilidad y síntesis automatizada, y una epistemología humana, basada en experiencia, interpretación situada y responsabilidad ética. La relación entre ambas no es neutra ni automática: exige criterios de gobernanza de la mediación que permitan decidir qué afirmaciones requieren validación contextual, qué

decisiones deben permanecer bajo responsabilidad humana y cómo evaluar la calidad del conocimiento producido en arreglos híbridos.

En esa línea, reconocer el ecosistema de competencias humanas como un componente estructural del turismo permite desplazar el debate desde la fascinación tecnológica hacia una pregunta más sustantiva por el tipo de sector que se quiere construir. La principal contribución de este trabajo radica, así, en proponer una lectura del vínculo entre IA y turismo en clave de complementariedad crítica: no para negar el potencial de las herramientas generativas, sino para subrayar que su valor dependerá de las formas institucionales, laborales y epistemológicas en que se integren. Queda abierta, en consecuencia, una agenda de investigación orientada a contrastar empíricamente estas tensiones en contextos organizacionales y territoriales específicos.

Referencias sobre el marco teórico y conceptual

Airey, D. (2008). Tourism education: Life begins at 40. *Tourism Management*, 29(5), 905-915. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.11.001>

Bertoncello, R. (2010). Investigación en turismo: logros y desafíos desde una perspectiva latinoamericana. *Aportes y Transferencias*, 14(1), 11-22.

Boyd, R., & Holton, R. (2018). Technology, innovation, employment and power: Does robotics and artificial intelligence really mean social transformation? *Journal of Sociology*, 54(3), 331-345. DOI: <https://doi.org/10.1177/1440783317726591>

Buhalis, D. (2020). Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: A perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 267-272. DOI: <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0258>

Campodónico, R., & Chalar, L. (2011). Hacia la construcción del conocimiento en turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(6), 1307-1323.

Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Estados Unidos: Wiley-Blackwell.

Castillo Nechar, M., & Panosso Netto, A. (2011). Implicaciones epistemológicas en la investigación turística. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(2), 384-403.

Comparato, G. J. (2019). Epistemología del turismo: Entre luces y sombras. *Caderno Virtual de Turismo*, 19(1).

Darbellay, F., & Stock, M. (2012). Tourism as a complex interdisciplinary research object. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 441-458. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.002>

Echtner, C. M., & Jamal, T. B. (1997). The disciplinary dilemma of tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 868-883. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00027-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00027-0)

Foucault, M. (1980). *Power/knowledge: Selected interviews and other writings, 1972-1977* (C. Gordon, Ed.). Estados Unidos: Pantheon Books.

Franklin, A., & Crang, M. (2001). The trouble with tourism and travel theory? *Tourist Studies*, 1(1), 5-22. DOI: <https://doi.org/10.1177/146879760100100101>

González, R., Otero, A., Nakayama, L., & Marioni, S. (2009). Las movilidades del turismo y las migraciones de amenidad: problemáticas y contradicciones en el desarrollo de centros turísticos de montaña. *Revista de Geografía Norte Grande*, (44), 75-92. DOI: <https://doi.org/10.4067/S0718-34022009000300004>

Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. *Política y Sociedad*, 42(1), 39-56.

Latour, B. (2005). *Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory*. Inglaterra: Oxford University Press.

Leiper, N. (1979). The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 390-407.

Moscoso, F. V., & Comparato, G. J. (2014). Turismo y epistemología: Un ejercicio de construcción y desconstrucción. *VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística*, Neuquén.

Panosso Netto, A. (2007). Filosofía del turismo: Una propuesta epistemológica. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 16(4), 389-402.

Schlüter, R. G. (2013). Tourism development: A Latin American perspective. En D. Telfer (Ed.), *Global tourism* (2nd ed., pp. 231-245). Londres: Routledge.

Tribe, J. (1997). The indiscipline of tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 638-657.

Wallingre, N. (2011). Avances en la construcción del conocimiento del turismo: Pensando la disciplina del turismo desde una perspectiva integral. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(1), 149-170.

Referencias sobre competencias, habilidades y turismo

European Commission. (2017). *ESCO handbook: European skills, competences, qualifications and occupations* (1st ed.). EU: European Commission. Recuperado de: https://www.skillsforemployment.org/sites/default/files/2024-01/edmsp1_212824.pdf

European Travel Commission. (2024). *Transferable skills gained by working in the tourism and hospitality sector*. EU: European Travel Commission. Recuperado de: <https://etc-corporate.org/reports/transferable-skills-gained-by-working-in-the-tourism-and-hospitality-sector/>

Kong, H., Wang, K., Qiu, X., Cheung, C., & Bu, N. (2023). 30 years of artificial intelligence (AI) research relating to the hospitality and tourism industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(6), 2157-2177. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2022-0354>

Stangl, B., Neri, F., & Marinska, T. (2026). From skills discovery to social impact: Policy & practice. *Annals of Tourism Research*, 118, 104168. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2026.104168>

World Tourism Organization. (2019). *The future of work and skills development in tourism: Policy paper*. DOI: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284421213>