

# LA IA IMPULSA NUEVA FASE PREDICTIVA EN EL SEGMENTO DE VIAJES EMPRESARIALES

La inteligencia artificial (IA) está transformando la gestión de los viajes corporativos y ha contribuido en gran medida a que la industria pueda dar el salto desde procesos manuales hacia modelos más ágiles, automatizados y basados en datos.

Este cambio ya se refleja en las prioridades globales del sector: según la última encuesta de la Global Business Travel Association (GBTA), las principales iniciativas de IA para 2026 apuntan a la optimización de precios (65%) y al análisis predictivo (64%). Además, el impacto actual se concentra en la mejora del análisis de datos de los compradores y reportes internos (45%), junto con la automatización de informes y análisis (42%).

La secretaria general de la Asociación Chilena de Empresas de Turismo (Achet), Lorena Arriagada, afirma que la tecnología ya está cambiando la operación diaria del sector. "Hoy, la IA permite optimizar procesos clave

**La tecnología está actuando para optimizar precios y automatizar procesos. También está mejorando la toma de decisiones en un área que, hacia adelante, proyecta operaciones cada vez más sostenidas por algoritmos.**

POR VALENTINA CÉSPEDES

como administración de presupuestos, comparación de tarifas, automatización de reservas, reportes en tiempo real y personalización de itinerarios", señala.

Añade que esto mejora la eficiencia y libera espacio para decisiones más estratégicas, enfocadas en maximizar el retorno de inversión de las compañías que viajan. A su juicio, el avance también exige ecosistemas de transporte más integrados, donde

rutas, disponibilidad y tarifas competitivas se conecten con plataformas inteligentes.

El subgerente de innovación empresarial de Zenta Group, Carlos Uribe, sostiene que uno de los mayores cambios está en la capacidad de recomendación. Explica que la IA ya puede sugerir destinos, fechas e itinerarios más convenientes según variables como eventos, clima o contexto comercial. "Esto abre una

oportunidad para gestionar los viajes como un activo estratégico, mejorando la eficiencia y la experiencia del viajero", afirma.

Hacia los próximos cinco años, la encuesta de la GBTA muestra que compradores, proveedores y empresas de gestión esperan mejoras moderadas en automatización (56%), mientras un 27% prevé una transformación significativa de sus responsabilidades.

En ese contexto, Uribe proyecta un ecosistema más predictivo y autónomo, y plantea que los algoritmos perfeccionarán la anticipación de

patrones de viaje, la recomendación de opciones según objetivos de negocio y políticas internas. Cree que, incluso, podrán ajustar itinerarios automáticamente frente a cambios.

La integración con asistentes virtuales y biometría es algo que también anticipa el ejecutivo, lo que hará que los viajes sean "más fluidos y seguros". Para la head of business management de Turavion, Alejandra Rivas, estos avances también plantean desafíos en privacidad de datos, integración tecnológica y resguardo del criterio humano, algo que la industria debe discutir en conjunto.

