

Fecha: 09-03-2026

Medio: Revista La Agencia de Viajes

Supl. : Revista La Agencia de Viajes

Tipo: Noticia general

Título: **EUROPAMUNDO** lanza avatares digitales en su estrategia de IA

Pág. : 19

Cm2: 607,4

Tiraje:

Lectoría:

Favorabilidad:

207

621

☐ No Definida




BIANca, MarIA y Leo.

EUROPAMUNDO lanza avatares digitales en su estrategia de IA

Un año después de anunciar su decidida apuesta por la inteligencia artificial como motor de innovación, **Europamundo Vacaciones** continúa avanzando con un nuevo hito: el lanzamiento de tres avatares digitales concebidos para inspirar al viajero desde la emoción y reforzar la presencia digital de la marca sin perder el enfoque humano que la caracteriza.

Sus nombres son **MarIA**, **BIANca** y **Leo**, y han sido creados íntegramente por el equipo interno del **Social Digital Department**, área que integra redes sociales e inteligencia artificial dentro de la compañía.

Avatares como complemento

Vale destacar que cada uno de los avatares está adaptado a un mercado específico: **MarIA** para el público latinoamericano, **BIANca** para Brasil y **Leo** para los países de habla inglesa.

Actualmente viven en **Ins-**

Con el objetivo de lograr una comunicación más emocional con los viajeros, y en el marco de su apuesta por la IA, Europamundo lanza tres avatares digitales.

tagram, donde comparten contenidos, vivencias y emociones reales: pasean con los grupos, degustan la gastronomía local e interactúan con escenas cotidianas de los destinos.

"Este proyecto representa la fusión natural de dos grandes áreas de la empresa: redes so-

ciales e inteligencia artificial. No se trata de aplicar tecnología por aplicarla, sino de utilizarla con criterio creativo y humano para contar mejor quiénes somos y cómo se viven nuestros viajes", explicó **Elsa MalloI**, Head of Social Digital Department de la compañía.

El proyecto comenzó a gestarse hace casi dos años y se desarrolló activamente desde noviembre pasado.

Desde su presentación, en enero de este año, ha generado un notable interés y curiosidad por parte del público y de los agentes del sector.

Para **Europamundo**, estos avatares no suponen una sustitución de sus guías humanos piezas clave en la experiencia de viaje, sino un complemento que amplifica el mensaje, refuerza la narrativa digital y conecta con las nuevas audiencias.

Esta iniciativa se enmarca dentro de una estrategia más amplia de adopción de inteligencia artificial en la empresa, iniciada en 2022, que ha dado lugar al desarrollo de audioguías, procesos de automatización, soporte a guías en ruta, creación de itinerarios, podcasts y chatbots de uso interno, entre otras soluciones, todas ellas desarrolladas con inteligencia artificial.

"Creemos en una **IA** que inspire, no que reemplace. Que conecte, no que deshumanice", concluyeron desde **Europamundo**.



El equipo del Social Digital Department de Europamundo.