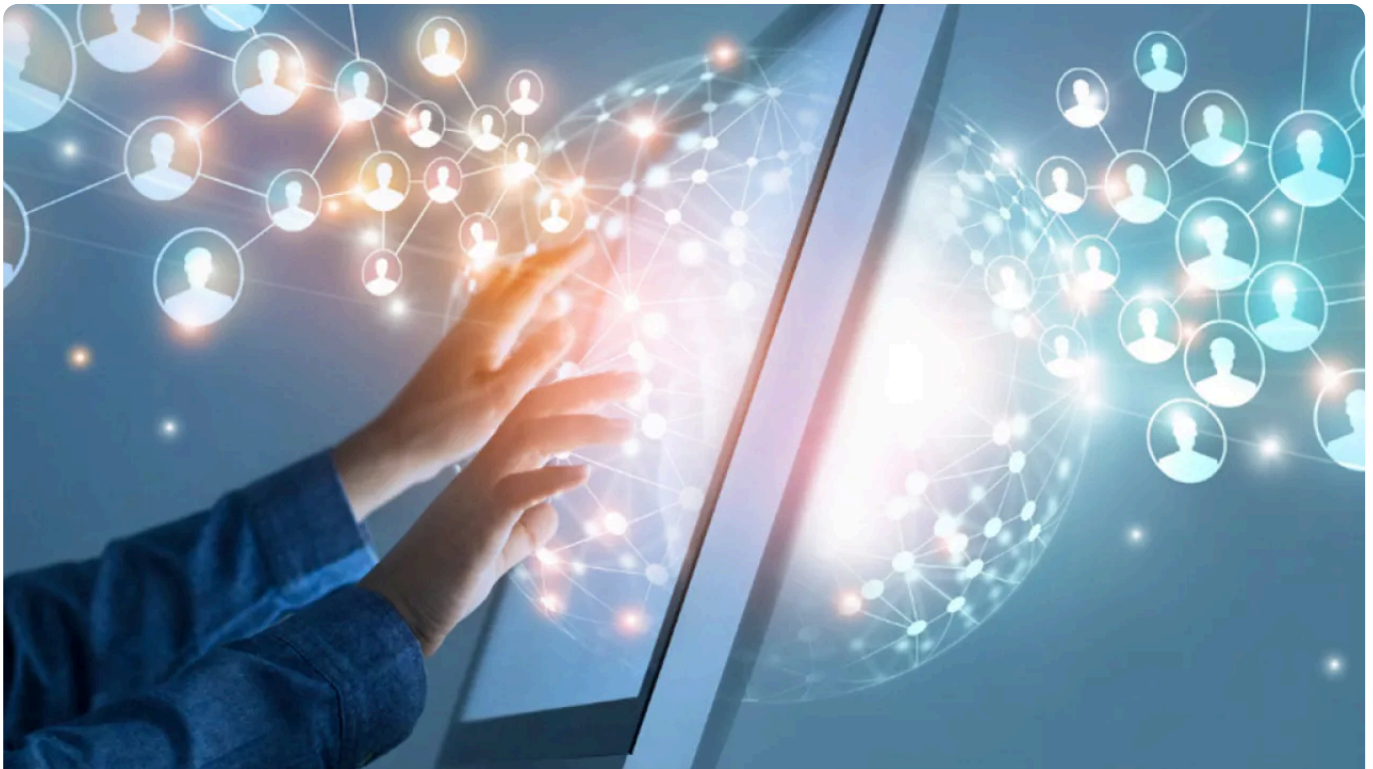


La IA redefine la gestión de inversiones y marca el camino para la transformación digital en turismo

Un informe de Grant Thornton revela que el 73% de los líderes financieros considera a la inteligencia artificial clave para el futuro de sus organizaciones. Las conclusiones reflejan desafíos y oportunidades que también atraviesan las empresas de viajes, hotelería y turismo en su proceso de digitalización

PUB.: 19 DE JUN DE 2026 | 11:43 GMT



Source: WTM Latin America

El reporte "The AI-powered investment firm", elaborado por Grant Thornton junto a ThoughtLab, se basó en una encuesta realizada a 500 ejecutivos de los principales mercados de inversión del mundo. Los resultados muestran que la IA dejó de ser una herramienta experimental para convertirse en un motor estratégico capaz de transformar operaciones, optimizar procesos y mejorar la relación con los clientes.

Una tendencia similar se observa en el turismo, donde aerolíneas, hoteles, agencias de viajes y destinos están incorporando soluciones basadas en inteligencia artificial para personalizar experiencias, automatizar la atención al cliente, optimizar la gestión de ingresos y analizar el comportamiento de los viajeros.

El estudio señala que las entidades financieras ya aplican IA en toda su estructura operativa. En el Front Office, el 48% de los gestores utiliza estas herramientas para ofrecer soporte conversacional y experiencias personalizadas, mientras que el 46% las emplea para desarrollar nuevos productos. En el Middle Office, las áreas regulatorias, fiscales y de seguridad de datos lideran la adopción con un 52% de penetración. En el Back Office, destacan los usos vinculados a estados financieros y registración (42%) y procesos de negocio (37%).

Sin embargo, la investigación advierte que la adopción tecnológica no siempre se traduce en resultados inmediatos. Aunque el 77% de las empresas afirma contar con una estrategia efectiva de IA, el 66% reporta retornos de inversión moderados y un 12% asegura no haber obtenido beneficios económicos o incluso registrar resultados negativos debido a la complejidad de implementación.

En América Latina, los desafíos son aún más evidentes. Más de la mitad de los encuestados identifica a las culturas organizacionales lentas y al acceso limitado a datos de calidad como los principales obstáculos para avanzar. Además, cerca del 50% de las firmas reconoce no contar con procesos adecuados para limpiar, normalizar y etiquetar la información interna.

Esta realidad encuentra paralelismos en la industria turística regional, donde muchas organizaciones aún trabajan con sistemas fragmentados y bases de datos dispersas. La capacidad para integrar información de clientes, reservas, operaciones y canales de venta será determinante para aprovechar todo el potencial de la inteligencia artificial en los próximos años.

"En Argentina y Sudamérica, el sector financiero posee una enorme agilidad para adoptar tendencias, pero nos topamos con una marcada fragmentación tecnológica y una deuda histórica en la infraestructura de datos robusta. La IA no hace milagros sobre datos desorganizados; por eso, el principal desafío para las gestoras de activos locales no es comprar la última herramienta del mercado, sino sanear y normalizar sus fuentes de información", señaló Cristian Bertone, Socio de BRS – Financial Services e IT Advisory de Grant Thornton Argentina.

El informe también anticipa la llegada de la denominada IA agentiva, basada en sistemas capaces de ejecutar tareas complejas de manera autónoma. Aunque actualmente menos del 10% de las organizaciones utiliza esta tecnología, el 18% prevé incorporarla en sus flujos de trabajo durante los próximos tres años.

Para maximizar los beneficios de la inteligencia artificial, los especialistas identifican cinco factores clave: desarrollar una cultura organizacional orientada a la IA, construir plataformas tecnológicas preparadas para el futuro, fortalecer los marcos de gobernanza y cumplimiento normativo, capacitar a los colaboradores para trabajar junto a sistemas inteligentes y rediseñar los modelos operativos para aprovechar la automatización.

Lejos de reemplazar a las personas, la próxima etapa de la inteligencia artificial apunta a potenciar las capacidades humanas, liberando tiempo de tareas repetitivas para enfocarlo en actividades estratégicas y en la generación de valor. Una transformación que ya comenzó a impactar tanto en los servicios financieros como en la industria global de viajes y turismo.

Fuente: Grant Thornton, sobre la base del informe global *The AI-powered investment firm*, desarrollado junto a ThoughtLab.

Travel2latam

Travel2latam utiliza la plataforma Pupila® CMS