

NUEVAS TECNOLOGÍAS

Sólo el 7% de las agencias de viajes emplea la inteligencia artificial en su gestión diaria

- El uso más frecuente que le dan a esta nueva herramienta tecnológica es la atención a los clientes, principalmente a través de un chatbot
- Otras funciones que le confieren a este nuevo instrumento emergente es la búsqueda de información de los destinos y de datos relativos a las contrataciones y reservas
- Las agencias creen que sus clientes, en cambio, la utilizan más, fundamentalmente para la planificación e inspiración de sus viajes
- El manejo de la IA por parte de los viajeros es testimonial en otros casos, tales como la contratación directa de servicios o la ciberseguridad

Madrid, 27/28 de septiembre de 2023.- Sólo el 7% de las agencias de viajes emplea la inteligencia artificial (IA) en la gestión diaria de sus negocios, según el Observatorio Nacional del Turismo Emisor, ObservaTUR, que ha realizado una consulta sobre un marco poblacional de 5.000 agencias.

El uso más frecuente que le dan a esta nueva herramienta tecnológica, según manifiesta la mitad de los entrevistados que la manejan, es la atención a los clientes, principalmente a través de un chatbot

Otras funciones que le confieren a este nuevo instrumento emergente es la búsqueda de información de los destinos y de datos relativos a las contrataciones y reservas, operaciones que también son 'populares', dentro de la limitada implantación que todavía tiene la IA en las agencias. La utilización de la inteligencia artificial para los procedimientos administrativos es más residual si cabe entre los profesionales del canal.

Las agencias de viajes creen que sus clientes, en cambio, la aplican más, aunque la cifra de usuarios —piensan— resulta todavía muy baja (en su opinión sólo un 16 por ciento la maneja).

El uso de la IA por parte de los viajeros se encaminaría fundamentalmente para la planificación e inspiración de los viajes, mientras que son testimoniales otros empleos, tales como la contratación directa de servicios o la ciberseguridad, recoge el informe de ObservaTUR, el instrumento de análisis y seguimiento promovido por Amadeus, AON, Beroni, Carrefour Viajes, IAG7/Airmet, Iberia, ILUNION Hotels, MundiPlan, ReiniziaT y la Asociación Nacional de Agencias de Viaje (UNAV).

Tecnologías emergentes: el IoT, el instrumento más útil

La utilización de la IA por parte de los minoristas está en consonancia con la importancia que, a día de hoy, le otorgan, que es baja. De hecho, los agentes de viajes piensan que el Internet de las Cosas (IoT), el 'big data' o la realidad virtual serán más útiles para su quehacer. Un apunte más: el metaverso es la tecnología emergente que menor interés despierta, junto a la realidad aumentada, que apenas son referidas.

NOTA DE EDICIÓN

El Observatorio Nacional del Turismo Emisor, ObservaTUR, es el primer instrumento de seguimiento y monitorización especializado en turismo emisor, que indaga en profundidad cómo se comporta hoy en día el turista español en sus vacaciones dentro y fuera de España, cómo se inspira, cómo reserva, qué destinos y servicios demanda en mayor medida y cuáles son sus hábitos de compra. ObservaTUR es una iniciativa promovida por Amadeus, AON, Beroni, Carrefour Viajes, IAG7/Airmet, Iberia, ILUNION Hotels, MundiPlan, ReiniziaT y la Asociación Nacional de Agencias de Viaje (UNAV).

DATOS DE CONTACTO

MARKETING & COMUNICACIÓN ObservaTUR
Marcos Franco | José María Paredes
646 11 65 74 | 636 641 691
marcos.franco@reiniziat.es
jm.paredes@task-one.com