

## LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADA AL DESARROLLO TURISTICO EN MEXICO

Ana Bertha Vidal Fócil<sup>1</sup>

### **Resumen:**

La Inteligencia Artificial, ha entrado en el mundo entero de forma drástica, ocupando cada vez mayores espacios en los diferentes ámbitos de la vida social, académica, cultural y económica. Sectores como el turismo mundial, están haciendo uso de herramientas que permite conocer y promover, lugares inimaginables que existen, pero que no eran conocidos o famosos. La Inteligencia Artificial (IA o AI), conocida por su sigla en inglés; resulta una gama de experiencias y emociones encontradas, que los seres humanos están teniendo. México, es considerado como un país súper comunicado por medios de plataformas virtuales como es el whatsapp y redes sociales que han intensificado el uso de asistentes virtuales en empresas turísticas mexicanas que están trabajando mediante el uso de la (IA), que les permite ahorrar muchos pesos en áreas operativas. Los servicios eficientes como reservar un hotel, información oportuna sobre lugares turísticos que visitar, nuevos lugares que apenas comienzan a insertarse en el conocimiento, gusto y preferencia de los turistas, han diversificado el margen de oportunidades para conocer rincones exóticos y culturales en todo el mundo en el sector del turismo. El resultado de la investigación, es la zozobra de la clase trabajadora en este sector, que peligran al ser desplazados por una máquina de laptop o computadora. La metodología utilizada para el desarrollo de la investigación fue mediante la descripción, explicación e investigativa de los fenómenos que se encuentran a la vanguardia del avance tecnológico en el sector turístico.

**Palabras clave:** Turismo, tecnología, servicios, eficiencia, eficacia.

## ARTIFICIAL INTELLIGENCE APPLIED TO TOURISM DEVELOPMENT IN MEXICO

### **Abstract:**

Artificial Intelligence has entered the entire world in a drastic way, occupying increasingly greater spaces in the different areas of social, academic, cultural and economic life. Sectors such as world tourism are making use of tools that allow us to discover and promote unimaginable places that exist, but that were not known or famous. Artificial Intelligence (AI

---

<sup>1</sup> Universidad Juarez Autonoma de Tabasco. berthafocil@hotmail.com

or AI), known by its acronym in English; It results in a range of mixed experiences and emotions that human beings are having. Mexico is considered a country that is highly communicated through virtual platforms such as WhatsApp and social networks that have intensified the use of virtual assistants in Mexican tourism companies that are working through the use of (AI), which allows them to save many weights in operational areas. Efficient services such as booking a hotel, timely information about tourist places to visit, new places that are just beginning to be inserted into the knowledge, taste and preferences of tourists, have diversified the range of opportunities to discover exotic and cultural corners around the world. in the tourism sector. The result of the investigation is the anxiety of the working class in this sector, who are in danger of being displaced by a laptop or computer machine. The methodology used to develop the research was through the description, explanation and investigation of the phenomena that are at the forefront of technological advance in the tourism.

**Keywords:** Tourism, technology, services, efficiency, effectiveness.

## 1. INTRODUCCIÓN

La Inteligencia Artificial (IA), promueve a gran escala eventos que se han vuelto exigencia de la población a recibir, disfrutar o simplemente obtener bienes y servicios que satisfagan sus necesidades. Los Chatbots son herramientas de programas informáticas que nacieron con el propósito de ser eficientes no solo para satisfacer necesidades, sino también para las exigencias del consumidor de bienes de lujo. Esta investigación describe los avances que la IA ha tenido en el sector turístico, tanto en los hoteles, aerolíneas, cruceros y restaurantes, derivado de esta última los servicios de comida rápida a domicilio; el efecto con el reemplazo de la mano de obra. La pandemia del COVID-19, cambió la estructura social por más de tres años, considerado el eslabón roto, porque de allí surgieron nuevas formas de hacer competitiva el sistema económico del mundo. En este artículo, se observa el nacimiento de herramientas informáticas de algoritmos para darle velocidad a las empresas, sobre el ofrecimiento de una gama de bienes y servicios hacia los consumidores. Se describe la forma en que el sector turístico otorga un sin número de alternativas a la población con la finalidad de satisfacer no solo necesidades básicas, sino gusto más sofisticados. Sin embargo, la amenaza latente de la población económicamente activa (PEA), es preocupante, por la poca legislación que existe en cuanto a la IA.

### 1.1 Desarrollo

La Inteligencia Artificial, ha entrado en el mundo entero de forma drástica, ocupando cada vez mayores espacios en los diferentes ámbitos de la vida social, académica, cultural y económica. Sectores como el turismo mundial, están haciendo uso de herramientas que permite conocer y promover, lugares inimaginables que existen, pero que no eran conocidos o famosos. Independientemente de los servicios que ofrecen de buenos hoteles, lugares tradicionales e históricos, restaurantes recomendados, las artesanías con las que cuentan,

entre otros. La (IA o AI), conocida por su sigla en inglés; resulta una gama de experiencias y emociones encontradas que los seres humanos están teniendo. (Luis Alvarez, 2023).

El enfoque de estas herramientas es conocer todos los lugares posibles, con nitidez: pero también sería incapaz de obtener el sentimiento que los seres humanos tienen cuando viajan. Pero hay que preguntar ¿Qué es la IA?, es el uso de algoritmos que permite simular la lógica humana, para lograr ejecutar una serie de tareas desde, reconocer, interpretar, realizar y tomar decisiones. (Mariana Pérez. 2023).

Los hoteles en países avanzados son ejemplo del uso de la IA; permite un confort inmediato a los turistas; con solo apretar un botón, puede cambiar de ambiente el lugar, como es la iluminación, temperatura, música, llamadas de larga distancia con solo ordenar por medio de la voz. Tener una serie de recomendaciones para disfrutar del lugar, sin necesidad de estar llamando a la recepcionista. La armonía que todo turista desea tener en un alojamiento placentero.

La competencia en el uso de las IA; puede generar diferencias en los precios de los hoteles; porque lo que se busca con la IA, es beneficio al consumidor, ventajas competitivas en los precios y mayor calidad. Para el sector hotelero es un reto inminente al que se están enfrentando. Y a las debilidades que también puede ocasionar al personal que laboran en los hoteles.

El reciente lanzamiento del CHATGPT, fue creado por la empresa OpenAI, se dedica a la investigación de IA, sin fines de lucro, se encuentra establecida en San Francisco, California; sus creadores desde el 2015 son Elon Musk y Sam Altman. Tiene como objetivo el promover, desarrollar y orientar el uso de la IA, en beneficio de los seres humanos. (Jesús Sosa, 2023).

La IA, esta entrenada para llevar conversaciones, con preguntas convencionales; y lo sorprendente es que puede dar respuestas acertadas y congruentes. Para experimentar su potencialidad, es entrar sencillamente con una cuenta que uno mismo va a crear, a la plataforma de su web oficial que es [chat.openai.com](https://chat.openai.com).

Los famosos Chatbots (programa informático), han intensificado notoriamente sus aplicaciones en el mundo del turismo mexicano; resultado de la Pandemia, se desarrolló casi todo lo que la humanidad requiere en forma virtual. Sí nos remontamos a casi siete décadas, cuando se habló por primera vez de la Inteligencia Artificial (IA); en Dartmouth University, en Hanover, Estados Unidos; durante una conferencia que Jhon McCarthy, disertó, hizo la germinación de esta nueva disciplina. Al plantear la combinación de algoritmos para robots o maquinas que poseyeran las mismas capacidades que los humanos (Alandete, David. 2011).

México, es considerado como un país super comunicado por medios de plataformas virtuales como es el whatsapp y redes sociales que han intensificado el uso de asistentes virtuales en el sector del turismo. Facilita el servicio al cliente de forma eficaz y eficiente que lo acompaña desde el proceso de un viaje hasta el desarrollo y finalización del mismo.

Empresas turísticas mexicanas están trabajando mediante el uso de la (IA), que les permite ahorrar muchos pesos en áreas operativas. Los servicios eficientes como reservar un

hotel, información oportuna sobre lugares turísticos que visitar, nuevos lugares que apenas comienzan a insertarse en el conocimiento, gusto y preferencia de los turistas, han diversificado el margen de oportunidades para conocer rincones exóticos y culturales en todo el mundo.

Los Chatbot quienes son promocionados por (IA), se han vuelto tendencia en las empresas turísticas, mismas que ya no pueden ignorarlos. Estos chicos virtuales son eficientes, ofrecen comunicación iso facto, natural y personalizada a los clientes sin la intervención humana (Duckerman, Wario. 2021).

## 1.2 EL reemplazo de la mano de obra por maquinas.

Hay muchos autores que consideran no preocupante los efectos de la automatización versus mano de obra, sobre todo cuando se habla de mano calificada, como es la capacitación digital. Sin embargo, la mano de obra calificada, se da por medio de capacitación, desarrollo humano y Capital humano. En Economía, la Ley de Rendimientos Decreciente marca contundentemente el costo marginal; la alteración automática, puede tener interferencia en los tipos de mercados, sobre todo en mercado de competencia perfecta. A mayor rapidez por la automatización, puede provocar escases de materia prima, que bajen los sueldos de la mayoría y suban los sueldos de quienes estén formados con conocimientos digital, suban los precios y despidos por el crecimiento de la producción de bienes o servicios automatizado. La capacidad productiva masiva con tecnología sin el sentimiento humano y dirigidos por los chatbots; tiende a desplazar rápidamente el trato personalizado en la atención al cliente. Las divisas han sido el soporte de la mano de obra que aún permanecen en el sector turísticos. En la tabla 1; se puede apreciar el ingreso de divisas por visitantes internacionales, gracias al binomio de la IA y los trabajadores.

**Tabla 1.** Ingreso de divisas por visitantes internacionales

Enero-Febrero	Millones de dólares	Var. %
2023		
2021	1.727.2	
2022	4.096.3	137.2%
2023	5.421.5	32.4\$

Fuentes: Inegi, Banco de México y Cuenta de viajeros internacionales. 2024.

## 1.3 Estrategias en la implementación de IA en los servicios hoteleros.

La Pandemia vivida desde el 2019, hizo que los hoteleros adoptaran estrategias para atraer a sus al turismo, es así como la Inteligencia Artificial fue el protagonista de acciones para detectar necesidades de demanda por parte de los clientes. Existen muchos hoteles que usan la tecnología artificial para ofrecer servicios con la finalidad de analizar y evaluar la calidad de los servicios que pueden ofrecer a los clientes; entre los hoteles que ya utilizan el IA se encuentran; Meliá. Barceló, NH y Riu. En Barceló, existe un asistente tecnológico que

hace la tarea de los humanos desde personalizar la atención de un cliente, hasta recomendar productos y servicios; mientras, en el Meliá, digitalizo en su totalidad los procesos para tener relación directa con sus clientes. Los NH, han potencializado los canales de comunicación con sus clientes que le permita mayor eficiencia e innovación y que cada vez los clientes tengan conocimiento de lo que ofrecen en servicios y productos. Por último, los Riu, usan proyectos que tienen IA, generando códigos informativos con una confiabilidad del 80 por ciento; a los clientes online les ofrecen la experiencia de confiabilidad en las decisiones para reservar.(Reportur.mx, 2023).

Según indico la revista TReportur.mx. En el mes de mayo del 2023, se llevó a cabo en Cancún, México, un evento denominado MarketHub Américas by Hotelbeds; donde asistieron los líderes turísticos influyentes, a quienes fueron encuestado del 9 al 11 de mayo, aproximadamente 500 asistentes, como resultado se obtuvo que el 32 por ciento desea aplicar IA; el 28 por ciento dijeron que tienen previsto innovar más.

El hotel Posadas, operadora hotelera mexicana, tiene 194 hoteles administrando tanto en México como en América Latina. Obtuvo el reconocimiento por dar satisfacción a sus clientes, otorgada por Medallia, firma Global que se encarga de Gestión y Experiencia del Cliente y del Empleado. La gamma de hoteles de ha expandido en el uso de la IA, también tenemos a Live Aqua, Grand Fiesta Americana, Curamoria Colection, entre otros. Sin embargo, los hoteles Posadas fue el que obtuvo el más alto puntaje de satisfacción del cliente, al obtener 20.4 puntos por encima de la media de la industria hotelera y el 27 puntos en promedio en América Latina. Su estrategia se basa en mantener anualmente encuestas de alrededor de 200 mil encuestados para retroalimentar sus procesos y conocer que más puede ofrecer al consumidor. (Gutiérrez, Fernando. 2023).

#### **1.4 Servicios en la compra de boletos de aerolíneas.**

La aerolínea Aeroméxico, línea mexicana, en su plataforma menciona que posee la versión de CHatbot más moderna del mundo. Los servicios que presta es hacer Check-in, recibir pase de abordar, te ayuda a planear vacaciones.es por ello, que Aeroméxico se ha caracterizado por renovarse, desde 2016, fue el primero en presentar un CHatbot, en plataformas como Facebook, Messeguer. La cualidad que ahora tiene es que los consumidores pueden preguntar en la plataforma, el costo de un boleto, sugerencia de las cosas que uno lleva a bordo, si el vuelo llegara a tiempo. La interpretación que el chatbot les da a los pasajeros, lo hace de forma sencilla por el procesamiento que utiliza de lenguaje natural conocido por sus siglas en inglés (NLP). En la plataforma dicen que mientras más preguntas hacen los cobradores de boletos de aerolíneas, el robot va aprendiendo, eso quiere decir que el impulso que recibe de la IA, por para que tome decisiones propias. Lo que, al ser humano, le parece irracional. Pero a otros les parece practico en el proceso de los servicios a la hora de comprar boletos.

Anteriormente las versiones pasadas, los clientes podían checar los horarios de vuelos, comprar boletos de avión, y respuesta a pocas preguntas frecuentes que simulaban, con la aplicación de mensajería usual en México. El Director de Innovación Digital en Aeroméxico, Brian Gross. Comento que los mexicanos son los usuarios que más usan Facebook Messenger

en el mundo. Cabe destacar que la población mexicana es muy grande. Brian considera que hay soluciones para dar respuesta entre las etapas del viaje que se realice y que muy pronto podrán cotizar un vuelo los chatbots. (Aeroméxico, noticias. 2016).

### **1.5 Los cruceros manipulada por la IA**

Royal Caribbean by MyVoiceTravel, fue diseñada para Alexa, con el objetivo de conectar automáticamente en la búsqueda de cruceros por medio de la IA; realiza muchas acciones entre las que destacan cotizaciones vía correo electrónico, desde el mes de marzo de 2023; los cruceros Royal Caribbean International tienen la disposición para reservar por medio de esta plataforma. En México, la Skill, está disponible en diferentes dispositivos habilitado para Alexa, así como los Echo, Echo Show o dispositivos Fire TV Stick. El procedimiento es sencillo primero se hace la solicitud al cual el usuario dará respuesta a preguntas que permitirán conocer gustos y preferencias, seguido por los detalles del viaje, la cotización del mismo y estos serán enviados vía correo electrónico a un asesor que se comunicara para finalizar la reserva. (Mirko Marmai, 2023). La proyección de crecimiento en cuanto a servicio de voz será de 34% en el 2026. Royal Caribbean by MyVoiceTravel, es el primer canal en México asistido por medio de voz para reservaciones y suman más de 4,000 skills para Alexa disponible en el país, (Markets and Markets, 2021). Los fundadores Mirko y Stefania Marmai señalaron que en 2019 impulsaron alternativas para los cruceritos configurando dispositivos en México para planear vacaciones en familia.

En cuanto a las líneas de lujos de cruceros, utilizan la IA; MSC Cruceros quien está asociado con Harman se preparó y presentó un componente digital. Puede comunicarse en varios idiomas y cuenta con capacidad de retener información sobre preferencia y necesidades de los usuarios. Puede comunicarse, pedir servicio a la habitación, ofrecer respuestas rápidas y actuar como un mayordomo virtual las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

### **1.6 Legislación en el uso de las IA.**

La Dra. Rosario Graham, quien es experta en legislación turística, dijo en una conferencia llevada a cabo en Cancún, Q. Roo. México; que uno de los grandes desafíos fue sin duda el Covid-19, considera a la IA, como la oportunidad para que la economía del sector turístico vuelva a alcanzar sus cauces, a lo que estaba acostumbrado el turista. Lugar paradisiaco con calidad, seguridad y confianza. La legislación contempla elementos primarios como el manejo de datos personales, el perfil y la ética de los analistas de esos datos, de quienes lo manejan en los destinos turísticos, entre otros. En realidad, no se encontró gran aporte sobre legislación en IA, en el turismo, las regulaciones son lo más comunes y que se han utilizado desde siempre, desde antes del Covid-19.

### **1.7 Restaurantes mexicanos que utilizan IA.**

Existen plataformas de comida rápida, que les ha dado al restaurante un giro impresionante en sus ventas. México, cuenta con plataformas para el servicio de comida rápida llamada Rappi, esta plataforma ha apoyado a más de 6 mil restaurantes mexicanos, potencializando con tiempo record la entrega de comida a domicilio. Teresa Gutiérrez, quien

es Country Manager en México; afirma que las herramientas bien segmentadas como Meta de Facebook y Microsoft, han tenido alcances a más clientes. Rappi, tiene como propósito, monitorear y realizar un tracking de las costumbres de los consumidores y la preferencia en cuanto a sus gustos, que permita un match en el abanico de ofertas de los restaurantes involucrados.

A pesar que DIDI Food Hispanoamérica llegó hace 4 años a México; tiene como objetivo liberar el ofrecimiento de menús y platillos y de precios accesibles. Las transacciones que se tienen son numerosas; los restaurantes deben de tener asesorías para la mejora de sus procesos internos, los servicios, reducción en las cancelaciones, producto en buenas condiciones a la hora de recibirlos. Por lo tanto, la AI posee una gran ventaja en la excelente operación de un restaurante en poder realizar el orden, pago con un teléfono celular.

Lo novedoso en el servicio físico del servicio de restaurante es el QR, que el mesero muestra y que ha sustituido a la cuenta, el cliente solo lo escanea y puede proceder a pagar, e incluso ver su historial de consumo; ya la terminal pasa a segundo plano.

## **2. METODOLOGÍA**

El desarrollo de la investigación se realizó de forma exploratoria, ya que permitió analizar la realidad del fenómeno; fue descriptiva y explicativa; porque busco las causas y consecuencias, así como la relación existente. Reconociendo que la Pandemia del Covid-19, es considerado una de las causas relevante en la génesis de plataformas que atomice los procesos.

## **3. RESULTADOS**

Los empresarios del ramo turísticos, están complacidos de aplicar plataformas digitales de gran alcance. Y la Inteligencia Artificial, es bienvenida a sus empresas, compitiendo entre sí, la tecnología de punta que tengan mayor eficacia y eficiencia. Entre mejor sea la atención al cliente, por medio de los chatbots, mayores ventas tendrán, mayores ganancias, y menos mano de obra, pero las que existan serán más calificada y con conocimiento digitales. México, es uno de los países que más Inteligencia Artificial aplica en atención al cliente del sector turístico; es las áreas turísticas que genera más divisas, que la producción del sector petrolero el sector comercio; para el gobierno de México la industria turística no es considerada como una prioridad. Sin embargo, a pesar de la pandemia que vivimos, genero divisas que fueron consideradas superior a la balanza comercial de sectores como comercio exterior y petróleo.

## **4. CONCLUSIONES**

Los chatbots, son eficiente para dar mayor dinamismo a la industria del turismo en México; pero gracias a las divisas que ha obtenido en el año 2023 por 5.421.5 de dólares y la participación de los trabajadores de la industria mexicana del turismo; se ha logrado obtener un incremento del 32.4%. se requiere continuar trabajado a marcha forzada en la zona de

Acapulco, Guerrero. Uno de los sectores turísticos de gran importancia que el 25 de octubre del año de 2023, fue sorprendido por el huracán OTIS. Ante esos sucesos es necesario instalar el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM). Misma que la habían desaparecido el gobierno actual en México.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Alandete D. (2011). John McCarthy, el arranque de la inteligencia artificial. Obituario. El País, 27 de octubre de 2011.
- Alvarez, L. J. (2023). La IA en el mundo del turismo, desafío o condena. Forbes. Junio 28 de 2023.
- Clase Turistica. 2023. La Inteligencia Artificial y su impacto en el Turismo. 13 de marzo de 2023. *Lo último en turismo tecnología*.
- Duickerman, W. (2021). Brita (Inteligencia Artificial). 30 de Octubre de 2021. [https://brita.mx/author/b1985rita\\_/page/30/](https://brita.mx/author/b1985rita_/page/30/)
- Gutiérrez, F. (2023). Que hacen los hoteles para atraer huéspedes a sus espacios. *Posada utiliza la inteligencia artificial para mejorar experiencia*. 29 de noviembre de 2023.
- Hinds. (2024). Como la IA, esta cambiando la industria de cruceros para mejor. <https://www.hinds.es/como-la-ia-esta-cambiando-la-industria-de-cruceros-para-mejor/#:~:text=En%20la%20industria%20de%20los,mejorar%20la%20experiencia%20del%20viajero.>
- Milenio. 2021. La Secretaría de Turismo (Sectur), *es una de las que tiene el presupuesto más bajo de todas las secretarías*. <https://www.milenio.com/negocios/turismo-damas-divisas-a-mexico-que-comercio-y-petroleo>
- Ponce de León, M. (2023). Aplicación de la Inteligencia Artificial en la Industria Turística. Invertour. 15 de junio de 2023.
- Sosa Jesús. (2023). Open AI\_ La empresa que está detrás del revolucionario CharGPT. 17 de octubre de 2023. <https://economia3.com/openai-empresa/>
- Reporteur. (2023). Melía., Barceló, NH y Riu. *Aprovechan así la Inteligencia Artificial*. 24 de julio de 2023. <https://www.reportur.com/mexico/2023/07/24/melia-barcelo-nh-y-riu-asi-aprovechan-la-inteligencia-artificial/>
- Rivera, A. (2023). Abastur Hub. 9 de septiembre de 2023. *Digitalización de Restaurantes*. <https://www.abasturhub.com/nota/restaurantes/digitalizacion-de-restaurantes>
- Graham, R. (2024). Universidad del Caribe. <https://www.unicaribe.mx/noticias/analizan-en-unicaribe-las-ventajas-de-la-inteligencia-artificial-en-el-turismo>
- Royal Caribbean. (2023). Utiliza la Inteligencia Artificial para ampliar sus reservaciones. *Redacción Pasillo Turístico: Información desde otra perspectiva* 16 de marzo de 2023. <https://pasilloturisticom.com/royal-caribbean-utiliza-la-inteligencia-artificial-para-ampliar-sus-reservaciones/>.