
ESPAÇO DE OPINIÃO

OPINION PLACE

IA – INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E TURISMO. A PROCISSÃO AINDA VAI NO ADRO, MAS O ANDOR VOA.

Bonifácio Rodrigues

ESCAD-IP Luso. Instituto Superior de Lisboa e Vale do Tejo. CiTUR-Centre for Tourism, Research and Innovation

138

A Inteligência Artificial (IA) tem vindo a assumir um papel cada vez mais importante em diversos setores da economia e o turismo não é exceção. Com a crescente competitividade do mercado turístico, a utilização de tecnologias avançadas como a IA pode ser a chave para melhorar a eficiência e a qualidade dos serviços prestados, bem como para aumentar a satisfação dos clientes.

A IA pode ser aplicada de diversas formas no setor do turismo, desde a personalização de ofertas e recomendações turísticas, à otimização de processos internos das empresas, passando pelo desenvolvimento de *chatbots* e assistentes virtuais para atendimento ao cliente.

Uma das principais vantagens da utilização da IA no turismo é a possibilidade de personalizar as ofertas e recomendações de acordo com as preferências e histórico de cada cliente. Com algoritmos avançados, é possível analisar os dados de navegação dos utilizadores em sítios da *web* e redes sociais diversas, para identificar os seus interesses e necessidades e assim oferecer sugestões turísticas mais adequadas. Além disso, a IA pode ser utilizada para analisar as avaliações e comentários dos clientes, permitindo melhorar a qualidade dos serviços prestados de modo a se atingir o objetivo da ‘qualidade total’.

Outra área em que a IA pode ser bastante útil é na otimização dos processos internos das empresas turísticas. Com a análise de dados em tempo real, é possível identificar padrões de consumo e comportamento dos clientes, bem como prever a procura de serviços e produtos turísticos em diferentes períodos do ano. Estas informações podem ser utilizadas para ajustar os preços, a oferta de serviços e para o planeamento e gestão de recursos.

No que diz respeito ao atendimento ao cliente, os assistentes virtuais permitem responder a perguntas frequentes, fazer reservas, fornecer informações turísticas e até mesmo realizar pagamentos. Estes sistemas podem funcionar 24 horas por dia, sete dias por semana, melhorando a eficiência e a qualidade do atendimento ao consumidor turístico.

Além dos benefícios já mencionados, a utilização da IA no turismo pode ainda contribuir para a redução de custos operacionais e para uma melhor gestão de riscos e crises, como por exemplo no caso de cancelamentos de voos ou reservas.

Em conclusão, a IA pode ser uma ferramenta valiosa para o setor do turismo, permitindo melhorar a eficiência, a qualidade do atendimento ao cliente e a satisfação dos consumidores turísticos. No entanto, é importante destacar que a implementação da IA deve ser feita de forma estratégica e cuidadosa, tendo em conta as necessidades específicas de cada empresa e dos seus clientes, bem como a salvaguarda dos direitos dos consumidores no que se refere à proteção de dados e dos direitos dos trabalhadores no cumprimento das regras existentes nas várias convenções de trabalho, nacionais e internacionais, renovando a importância do 8º ODS no que concerne ao trabalho e salário dignos.

Referências

- Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2020). Real-time co-creation and nowness service: Lessons from tourism and hospitality. *Current Issues in Tourism*, 23(18), 2276-2291.
- Harari, N. H. (2023). Conferência Fundação Francisco Manuel dos Santos. Estufa Fria, Lisboa, maio.