



Inteligência artificial e a atividade turística: possibilidades de melhorias na experiência ou dificuldades na usabilidade?

Marília F. Paes-Cesário¹
Alessandra Souza Queiroz Melo²

Resumo

O uso da inteligência artificial (IA) tem se mostrado como uma estratégia promissora para personalizar a experiência do consumidor no setor de turismo. A IA é capaz de analisar grandes volumes de dados, como históricos de reservas e *feedback* dos clientes, para através deles, recomendar atividades turísticas, destinos e serviços personalizados para cada turista. Essa tecnologia pode ser aplicada em diversos momentos do processo de viagem, desde a escolha do destino até o pós-viagem e tem o potencial de, se bem utilizada, melhorar a eficiência operacional, reduzir custos e aumentar a receita das empresas turísticas. O presente estudo, que utiliza metodologia qualitativa, através de pesquisa bibliográfica e uma revisão sistematizada da literatura na base de dados Scopus (Elsevier), com análise de conteúdo das principais publicações que fazem referência a essas temáticas, nesta base de dados, objetiva compreender de que forma a utilização da IA pode contribuir para proporcionar uma experiência turística mais personalizada e satisfatória para os turistas. Durante as etapas dessa pesquisa, após alguns refinamentos, 16 documentos foram selecionados e lidos na íntegra para evidenciar quais os seus principais objetivos e de que maneira tratavam a relação entre a IA e a experiência turística. Com esses dados, foram estabelecidas categorias de análises, com as quais os documentos foram relacionados e os objetivos explorados. Os resultados das publicações analisadas, indicam que a IA pode ser utilizada para recomendar destinos com base nas motivações do cliente, fornecer informações úteis sobre a localidade, sugerir atividades e promoções personalizadas, coletar *feedback* dos clientes e incentivar a fidelidade destes. Desta maneira, as novas tecnologias e a inteligência artificial têm muito a oferecer para aprimorar a experiência turística, porém, é necessário ter cuidado para garantir que essas tecnologias sejam utilizadas de maneira ética, respeitando a individualidade, as necessidades e preferências dos turistas e é importante ressaltar também, que a IA não deve substituir a inteligência humana, mas sim complementá-la, exigindo assim novas habilidades para os profissionais do setor de turismo.

Palavras-chave: Inteligência Artificial; Experiência Turística; Novas Tecnologias; Personalização dos serviços;

¹Doutoranda em Turismo (UFRN). Mestre em Geografia (UFPE). Bolsista Capes - UFRN. <https://lattes.cnpq.br/8187741098920583>. E-mail: marilia.cesario@gmail.com.

² Doutoranda em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade na Amazônia - PPGCASA -UFAM, Mestrado em turismo e hotelaria. <https://lattes.cnpq.br/0467176394119138>. E-mail: alessandra_queirozz@outlook.com.

"O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001"