



¿Está lista la reserva de viajes para adoptar plenamente la inteligencia artificial?

Ingeniería, 20/06/2021

A principios de la década de 2000, todos sabían que nunca debías conocer a un extraño con el que hablaste en Internet en persona. Pero, en 2008, ¿de repente estuvo bien encontrar a un extraño en Internet y ahora pagar para entrar en su automóvil?

Lo que antes era inaudito se ha convertido en una actividad tan común que generó su propio meme viral. Por supuesto, me refiero a Uber. Fundada durante la Gran Recesión de 2008, Uber provocó un cambio social con su solución que define la industria para el transporte terrestre. Lo que antes se hubiera encontrado con cinismo es ahora una marca reconocida mundialmente.

Uber no fue la única empresa que creó un cambio de comportamiento durante una época de crisis. Durante la Gran Depresión, Disney llevó a Blancanieves y los siete enanitos a los cines. La sabiduría convencional en ese momento cuestionaba la idea de adultos sentados a través de una caricatura de 90 minutos que incluía enanos cantantes. Y, sin embargo, hoy en día, las películas animadas de Pixar se encuentran entre las películas de taquilla más taquilleras cada año.

Como hemos visto una y otra vez, la adversidad inspira innovación y la innovación puede cambiar las normas de comportamiento.

Entonces, ¿cómo se aplican estos ejemplos a la experiencia de reserva de viajes?

La sabiduría convencional ha sido que planificar viajes, ya sea por placer o por negocios, sigue siendo demasiado personal y confuso para que la inteligencia artificial (IA) reemplace la experiencia de compra de viajes. Si bien el estereotipado guerrero de la carretera puede conocer todos los horarios de vuelo y hoteles dentro de un radio de cinco millas de su destino, el viajero promedio comienza desde cero cada vez. Buscar el precio adecuado, en el momento adecuado y con los servicios adecuados suele ser tedioso y lento.

Hay muchas preguntas y desafíos al intentar implementar la IA para los viajes. Si me toma tanto tiempo encontrar exactamente las opciones correctas al costo correcto, ¿cómo podría un bot hacerlo mejor? ¿Entendería realmente la IA las interdependencias entre la aerolínea, el hotel y el transporte terrestre? ¿Qué tal incorporar todas mis preferencias personales? Un motor de inteligencia artificial no podría garantizar que tenga una gran experiencia de viaje, ¿verdad?

Todas estas son preguntas que me hicieron durante el año pasado cuando la IA comenzó a progresar en otras industrias. La regla no escrita para reservar viajes es simple: "Para garantizar una buena experiencia, yo o alguien en quien confío tenemos que planificar los detalles".

Bueno, el caos tiene una forma de simplemente reescribir las reglas.

Actualmente nos encontramos en el período más sombrío que haya experimentado la industria de viajes. Sigue existiendo una tremenda presión sobre toda la cadena de suministro de viajes para reducir los costos operativos y la mano de obra, mientras que la demanda sigue siendo devastadoramente baja. Incluso con el progreso positivo en vacunas y estímulos, esta presión de control de costos no disminuirá en el futuro previsible. Existe una necesidad en toda la industria de proporcionar una

experiencia de planificación de viajes más sencilla que no requiera mucha mano de obra.

Las respuestas pueden estar en el procesamiento del lenguaje natural (PNL). La PNL es un subcampo de la inteligencia artificial centrado en el procesamiento y análisis de lenguajes tanto hablados como escritos. Una aplicación de PNL podría proporcionar el mecanismo para planificar y reservar una experiencia de viaje completa. Solo con excepciones y errores que se envían a un agente de viajes experimentado para su análisis y discusión.

La tecnología de PNL no es nueva. Los correctores gramaticales, los motores de autocorrección y los filtros de correo no deseado que utilizan PNL han sido pilares durante años. Los asistentes de voz, como Alexa y Siri, también son ejemplos de PNL junto con tecnología de reconocimiento de voz. Al igual que Uber y Disney, cada una de estas soluciones ha cambiado nuestras normas de comportamiento, muchas de las cuales ahora damos por sentadas. La PNL proporciona tanto la dirección estratégica como un medio para cambiar la experiencia de reserva del viajero de forma permanente.

En 2020, se alcanzaron importantes hitos en PNL. Microsoft, Google y OpenAI lograron un progreso significativo el año pasado en la comprensión e interpretación del lenguaje conversacional. El procesamiento del lenguaje natural ha demostrado recientemente la capacidad de completar correctamente oraciones, resumir documentos y proporcionar respuestas directas a preguntas complejas. Este otoño, la plataforma generadora de lenguaje GPT-3 de OpenAI escribió un artículo de opinión de 500 palabras para convencernos a todos de que los robots realmente vienen en paz.