

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE TURISMO

**IMPLICACIONES DEL USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN
LA GESTIÓN DE LOS SERVICIOS DE RECEPCIÓN Y
RESERVACIONES EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE DEL
DISTRITO DE QUEPOS, DURANTE EL AÑO 2025**

**TESINA PARA OPTAR POR EL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLERATO
EN TURISMO CON ÉNFASIS EN HOTELERÍA Y RESTAURANTES**

ESTUDIANTE:

NERY MARTÍNEZ SERRANO

TUTOR:

MSc. MELVIN GERARDO LÓPEZ MOREIRA

SEDE ARANJUEZ, SAN JOSÉ

AGOSTO, 2026

Tabla de Contenidos

Capítulo I: Introducción	10
1.1 Planteamiento del Problema	12
1.2 Objetivos de la Investigación	15
<i>1.2.1 Objetivo general.....</i>	<i>15</i>
<i>1.2.2 Objetivos específicos.....</i>	<i>15</i>
1.3 Justificación.....	15
1.4 Antecedentes.....	17
<i>1.4.1 Antecedentes históricos</i>	<i>17</i>
<i>1.4.2 Antecedentes internacionales.....</i>	<i>20</i>
<i>1.4.3 Antecedente nacionales</i>	<i>22</i>
1.5. Proyecciones	26
Capítulo II. Marco Referencial o Teórico	28
2.1 Marco Histórico	29
<i>2.1.1 Origen de la inteligencia artificial.....</i>	<i>29</i>
<i>2.1.2 Evolución de la tecnología en la industria hotelera.....</i>	<i>32</i>
<i>2.1.3 Incorporación de la inteligencia artificial en el turismo</i>	<i>35</i>
2.2. Marco Conceptual.....	38
<i>2.2.1 Servicios de recepción en establecimientos de hospedaje</i>	<i>38</i>
<i>2.2.2 Gestión de reservaciones</i>	<i>40</i>
<i>2.2.3 Experiencia del huésped.....</i>	<i>42</i>
<i>2.2.4 Automatización de servicios.....</i>	<i>44</i>
2.3. Marco Referencial.....	46
<i>2.3.1 Teoría de la Aceptación Tecnológica.....</i>	<i>46</i>
<i>2.3.2 Teoría de la Difusión de Innovaciones.....</i>	<i>47</i>
Capítulo III. Marco Metodológico.	50
3.1 Enfoque de la Investigación	50
3.2 Método de la Investigación	51
3.3 Fuentes de Información.....	52
<i>3.3.1 Fuentes Primarias.....</i>	<i>52</i>
<i>3.3.2 Fuentes secundarias.....</i>	<i>52</i>

3.3.3 <i>Muestra de la Investigación</i>	53
3.4 Unidad de Análisis.	54
3.5 Instrumentos.....	64
3.6 Técnicas de recolección de datos.	64
3.6.1 <i>Cuestionarios</i>	65
3.6.2 <i>Entrevistas</i>	65
Capítulo IV. Análisis de Resultados	67
4.1 Análisis de fuentes primarias.....	68
4.1.1 <i>Herramientas de inteligencia artificial utilizadas en los servicios de recepción y reservaciones en los establecimientos de hospedaje de Quepos durante 2025</i>	68
4.1.2 <i>Percepción de los huéspedes sobre servicios asistidos por inteligencia artificial. ..</i>	73
4.1.3 <i>Desafíos y limitaciones que enfrentan los establecimientos hoteleros en el uso de inteligencia artificial, en los establecimientos hoteleros de Quepos, durante el año 2025</i>	93
4.2 Análisis e Integración y Análisis Cruzado de Resultados	101
4.3. Interpretación de los Resultados	105
4.3.1 <i>Significado de los Hallazgos</i>	105
4.3.2 <i>Identificación de Patrones y Relaciones</i>	106
4.3.3 <i>Consideración de Limitaciones</i>	108
Capítulo V - Conclusiones y Recomendaciones	110
5.1 Conclusiones.....	110
5.2 Recomendaciones.....	113
Bibliografía.....	116
Anexos	121

Índice de Tablas

Tabla 1. Muestreo	54
Tabla 2. Unidad de análisis	55

Índice de figuras

Figura 1. Nivel de satisfacción ante los servicios automatizados.	74
Figura 2. Satisfacción ante la reserva	76
Figura 3. Nivel de confianza ante la reserva	78
Figura 4. Seguridad percibida	80
Figura 5. Facilidad percibida	82
Figura 6. Probabilidad de reutilización de herramientas de IA en futuros viajes	84
Figura 7. Herramientas de IA para conocer las preferencias de los clientes	86
Figura 8. Herramientas de IA para conocer las preferencias de los clientes	88
Figura 9. Tecnología y reducción de los tiempos de espera	90
Figura 10. Tipo de atención durante la estadía	91

Dedicatoria

Dedico este trabajo de investigación, en primer lugar, a mi familia, por su amor incondicional, comprensión, paciencia y apoyo constante durante este proceso académico; su motivación constante ha sido fundamentales para alcanzar esta meta.

A mis hijos, quienes han sido mi mayor inspiración para continuar esforzándome y crecer tanto en el ámbito personal como profesional; cada logro alcanzado representa también mi compromiso con ellos.

A mis compañeros, docentes y a todas las personas que, de una u otra forma, compartieron sus conocimientos, experiencias y palabras de aliento durante el desarrollo de esta investigación.

Finalmente, dedico este trabajo a todos los profesionales del sector turístico hotelero, que día a día contribuyen al fortalecimiento de esta actividad turística mediante la innovación y la mejora continua de los servicios, inspirando investigaciones que promueven el desarrollo de la industria.

Con gratitud y satisfacción, dedico este esfuerzo como el resultado de la perseverancia, la dedicación y el compromiso con la excelencia académica y profesional.

Gracias infinitas a todos los que formaron parte de este trabajo.

Agradecimiento

Expreso mi más sincero agradecimiento a mi familia, por su apoyo incondicional, comprensión, paciencia y motivación constante durante todo este proceso. Su confianza y acompañamiento fueron fundamentales para superar cada desafío y mantenerme firme en el logro de este objetivo.

Mi agradecimiento a los docentes de la carrera, quienes compartieron sus conocimientos, orientación y experiencia académica, contribuyendo significativamente al desarrollo de esta investigación. En especial, agradezco a mi tutor por su dedicación, asesoría y valiosas recomendaciones, las cuales permitieron fortalecer la calidad de este trabajo.

Asimismo, agradezco profundamente a los gerentes y colaboradores de los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos que participaron voluntariamente en esta investigación. Su disposición para compartir sus conocimientos, experiencias y opiniones hizo posible la obtención de información valiosa para el desarrollo del estudio.

Extiendo también mi reconocimiento a la institución universitaria por brindarme la oportunidad de crecer académica y profesionalmente, proporcionándome las herramientas necesarias para desarrollar competencias investigativas que serán de gran utilidad en mi desempeño profesional.

Finalmente, agradezco a todas aquellas personas que, de una u otra manera, contribuyeron con palabras de apoyo, colaboración y motivación durante la elaboración de esta investigación. Cada aporte recibido representó un incentivo para continuar adelante y culminar satisfactoriamente este importante proyecto académico.

A todos, mi más profunda gratitud.

Resumen Ejecutivo

La presente investigación, titulada "Implicaciones del uso de la inteligencia artificial en la gestión de los servicios de recepción y reservaciones en los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos durante el año 2025", tuvo como propósito analizar las implicaciones que tiene la incorporación de herramientas de inteligencia artificial en los procesos de recepción y reservaciones de los hoteles del distrito de Quepos, considerando tanto la perspectiva de los huéspedes como la experiencia de los gerentes y colaboradores del sector hotelero.

El estudio surgió ante la creciente transformación digital de la industria turística y hotelera, impulsada por el desarrollo de tecnologías de inteligencia artificial que buscan optimizar los procesos operativos, mejorar la atención al cliente y fortalecer la competitividad de los establecimientos de hospedaje. No obstante, su implementación también plantea desafíos relacionados con la inversión tecnológica, la capacitación del personal, la seguridad de la información y el mantenimiento de una atención personalizada.

La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto, integrando técnicas cuantitativas y cualitativas para obtener una comprensión más amplia del fenómeno estudiado. Se empleó un diseño de investigación no experimental con alcance descriptivo. La recolección de información se realizó mediante la aplicación de un cuestionario dirigido a huéspedes de establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos y entrevistas estructuradas dirigidas a gerentes de hotel o de las áreas de recepción y reservaciones de diferentes hoteles. Asimismo, se efectuó una revisión documental de literatura científica y fuentes especializadas relacionadas con la inteligencia artificial y su aplicación en el sector hotelero.

Los resultados muestran que las herramientas de inteligencia artificial utilizadas en los establecimientos participantes corresponden principalmente a aplicaciones como ChatGPT, Google Gemini y Canva, así como a funciones automatizadas incorporadas en algunos sistemas de gestión hotelera. Sin embargo, su utilización se orienta principalmente al apoyo en la redacción de textos, traducciones, comunicación con los huéspedes y manejo de procesos administrativos, mientras que la automatización completa de la atención al cliente mediante chatbots o asistentes virtuales aún presenta una aceptación limitada.

Con respecto a la percepción de los huéspedes, los resultados evidencian una valoración positiva hacia el uso de tecnologías digitales, destacando beneficios como la facilidad de uso, la rapidez en la atención, la reducción de los tiempos de respuesta y la eficiencia durante el proceso de reservación. Sin embargo, la mayoría de los participantes manifestó preferir un modelo de atención que combine las ventajas de la inteligencia artificial con la interacción directa del personal, evidenciando que el trato humano continúa siendo un elemento determinante en la calidad del servicio hotelero.

A su vez, las entrevistas realizadas a los gerentes permitieron identificar que la inteligencia artificial contribuye a mejorar la productividad, optimizar los recursos y reducir errores operativos; sin embargo, también revelaron importantes desafíos relacionados con los costos de implementación, la necesidad de capacitación continua, la resistencia inicial al cambio por parte de algunos colaboradores, las limitaciones de conectividad, la integración con sistemas tecnológicos existentes y la protección de la información de los huéspedes.

Además, la triangulación entre las fuentes primarias y secundarias contribuyó a confirmar que los resultados son consistentes con la literatura especializada, la cual reconoce a la inteligencia artificial como una herramienta estratégica para incrementar la eficiencia operativa y mejorar la experiencia del cliente, siempre que su implementación mantenga un equilibrio adecuado entre la automatización de procesos y la atención personalizada.

Como principal conclusión, este estudio determinó que la inteligencia artificial representa una oportunidad significativa para fortalecer la gestión de los servicios de recepción y reservaciones en los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos. Pero su aprovechamiento depende de una adecuada planificación organizacional, inversión tecnológica, capacitación permanente del personal y fortalecimiento de las medidas de seguridad de la información. Al mismo tiempo, se concluye que la inteligencia artificial debe ser concebida como una herramienta complementaria que apoye el trabajo del personal y contribuya a mejorar la experiencia del huésped, sin sustituir la interacción humana que caracteriza la hospitalidad y constituye uno de los principales factores de diferenciación en la industria hotelera.

Capítulo I: Introducción

Durante la última década, el avance tecnológico ha transformado los procesos de gestión, producción y prestación de servicios en distintos sectores económicos. La incorporación de herramientas digitales ha permitido a las organizaciones agilizar determinadas actividades, ampliar sus canales de atención y obtener información sobre las preferencias y los hábitos de consumo de sus clientes.

En el caso del sector turístico no ha sido la excepción, la forma tradicional ha dado su lugar a procesos más eficientes y ágiles, en los cuales la satisfacción del cliente, sus gustos y preferencias son analizados de manera más científica y muchas veces en tiempo real, lo que les permite a las empresas tomar decisiones que garanticen la complacencia del cliente y su fidelidad.

Esta transformación, se apoya en la conectividad, el procesamiento de datos y el uso de diversas herramientas tecnológicas. Entre estas se encuentra la inteligencia artificial, entendida como un conjunto de sistemas capaces de ejecutar determinadas tareas asociadas con el aprendizaje, el análisis de información y la toma de decisiones. En el ámbito empresarial, sus aplicaciones pueden contribuir a la automatización de procesos operativos, el análisis de datos y la gestión de algunas actividades relacionadas con el personal y la atención al cliente.

Pero, ¿qué es la inteligencia artificial (IA)? Según la página de la Real Academia Española se define como “la disciplina científica que se ocupa de crear programas informáticos que ejecutan operaciones comparables a las que realiza la mente humana, como el aprendizaje o el razonamiento lógico”. Por su parte, Lane y Williams (2023), ofrecen una definición más actualizada:

Un sistema de IA es un sistema basado en máquinas que, para un conjunto determinado de objetivos definidos por humanos, puede realizar predicciones, recomendaciones o decisiones que influyen en entornos reales o virtuales. Utiliza datos de entrada procedentes de máquinas y/o humanos para percibir entornos reales y/o virtuales; abstraer dichas percepciones en modelos (de forma automatizada, por ejemplo, mediante aprendizaje automático, o manualmente); y emplear la inferencia de modelos para formular opciones

de información o acción. Los sistemas de IA están diseñados para operar con distintos niveles de autonomía. (p.11)

Ahora bien, en materia turística, el área de hotelería es uno de los servicios que principalmente buscan los clientes al llegar a un país, ciudad o pueblo, ya que desde ahí se pueden movilizar a otros puntos de su interés y para las empresas hoteleras se convierte en la posibilidad de ofrecer otros servicios que garanticen una estadía aún más larga.

Sin embargo, en un mismo espacio geográfico se puede encontrar una gran variedad de empresas de hospedaje, de diferentes niveles y ubicadas en diferentes zonas, que pueden o no ofrecer una variedad de servicios como alimentación o tours, que el acceso sea fácil para el huésped, pero que sin embargo a pesar de esta era digital no migran hacia procesos digitales apoyados por la inteligencia artificial que les permita ir un paso más allá en materia de servicio al cliente.

Hoy en día las empresas hoteleras cuentan con gran variedad de herramientas digitales basadas en inteligencia artificial que les permite mejorar su eficiencia, principalmente aquellas actividades que ejercen un contacto directo entre el establecimiento y el huésped. Estas tecnologías son muy importantes para cualquier empresa hotelera debido a que se encuentran inmersos en un entorno altamente competitivo, donde los turistas hoy en día hacen uso de diversos tipos de plataformas digitales para realizar una gran variedad de actividades, tales como: comparar precios, realizar reservaciones y evaluar la calidad del servicio mediante opiniones en línea.

Costa Rica es un país cuya mayor fuente de ingresos proviene del turismo y donde uno de sus principales ingresos es precisamente la visita que realizan turistas de otros países. En este sentido, la demanda turística está integrada tanto por turistas internacionales como nacionales, quienes presentan necesidades, expectativas y comportamientos de consumo diversos. Bajo ese contexto, los establecimientos de hospedaje deben prestar atención a la forma en que los huéspedes perciben la calidad, la rapidez, la confiabilidad y la personalización de los servicios recibidos.

En el país, se encuentran zonas turísticas más desarrolladas que otras, con atractivos turísticos, planta, infraestructura y superestructura turísticas lo que facilita un mejor aprovechamiento de los recursos para los turistas, como por ejemplo el distrito de Quepos.

Por su parte, el distrito de Quepos se halla ubicado en una zona estratégica, turísticamente hablando, ya que cuenta con uno de los parques nacionales más importante del país como lo es el Parque Nacional Manuel Antonio, además de contar con hermosas vistas al mar y gran variedad de servicios para hacer de la experiencia del visitante algo inolvidable.

Cabe mencionar, que no cabe duda de que la inteligencia artificial ha dejado de ser una herramienta emergente para convertirse en un recurso estratégico dentro de la gestión hotelera. Su implementación en los servicios de recepción y reservaciones contribuye a la agilización de los procesos, reduce errores, analiza la demanda y mejora la experiencia del huésped. Sin embargo, este proceso de actualización digital también plantea desafíos importantes relacionados con la capacidad del personal para manejar la nueva herramienta, la protección de los datos personales de los clientes y el equilibrio entre la automatización tecnológica de los servicios y la atención humana con los huéspedes, que es una de las características del sector hotelero.

Por lo anterior, el presente estudio tiene como objetivo analizar las implicaciones del uso de la inteligencia artificial en la gestión de los servicios de recepción y reservaciones en los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos durante el año 2025, considerando tanto los beneficios como los retos asociados a su implementación. A la vez, se busca aportar un análisis que contribuya a la comprensión del impacto de la transformación digital en la gestión hotelera local, sirviendo como referencia para futuras investigaciones y para la toma de decisiones estratégicas en el sector turístico.

1.1 Planteamiento del Problema

La transformación digital ha generado cambios en la forma en que los establecimientos de hospedaje gestionan sus operaciones, prestan sus servicios y se relacionan con los huéspedes. Dentro de este proceso, la inteligencia artificial puede entenderse como una tecnología que permite a los sistemas informáticos ejecutar funciones vinculadas con capacidades humanas, como el

procesamiento de información, el aprendizaje y la resolución de determinados problemas. En el sector turístico y hotelero, estas tecnologías pueden utilizarse mediante chatbots, asistentes virtuales, sistemas de recomendación, herramientas de predicción y aplicaciones orientadas a la personalización de los servicios (Um, Kim y Chung, 2020, p. 1).

Para las empresas hoteleras el área de recepción y reservaciones son el punto inicial de contacto entre el establecimiento y el huésped. Es ahí donde se establecen la mayoría de los servicios que requiere el cliente y por consiguiente ofrece el hotel. En la mayoría de los casos, estos servicios eran solicitados por el huésped desde el mostrador del hotel, haciendo este proceso un poco tedioso y con pérdida de tiempo que podría ser ocupado para el disfrute de otras actividades, pero con el inicio de la era digital las empresas hoteleras han apostado por cambios en sus procesos operativos, de comunicación y administrativos mediante el uso de la herramientas digitales con inteligencia artificial, buscando un servicio más eficiente y acorde con las necesidades de los huéspedes. Aunque esta transformación digital no se ha establecido en todos los ámbitos económicos y por consiguiente en todos los establecimientos hoteleros.

En el caso del distrito de Quepos, el turismo es la principal fuente económica, básicamente generado por la visita de turistas nacionales e internacionales que visitan el Parque Nacional Manuel Antonio, quienes demandan una gran cantidad de servicios turísticos, siendo uno de los principales el hospedaje. Por eso, las empresas hoteleras del distrito de Quepos deben procurar una gestión operativa eficiente, ágil y orientado hacia la satisfacción de los clientes. Y es esta razón la que los ha motivado a utilizar herramientas digitales con inteligencia artificial, para contribuir a satisfacer esos requerimientos de rapidez y eficiencia y que el cliente puede acceder a ellos desde cualquier sitio o lugar del mundo, permitiéndoles no solo reservar su habitación, sino una gran variedad de servicios turísticos, que estarán disponible a su llegada al hotel, para un mejor aprovechamiento del tiempo.

Se destaca que, a pesar de la era digital y tecnológica que actualmente a nivel mundial y en diversos ámbitos de la vida del ser humano, existen pequeñas y medianas empresas hoteleras que continúan gestionando sus procesos de recepción y reservaciones mediante sistemas tradicionales o con un bajo nivel de automatización, lo que puede traducirse en tiempos de respuesta prolongados, errores en la gestión de reservas, duplicidad de información y limitaciones

en la atención personalizada. Esto conlleva en algunos casos a un ambiente de frustración e incertidumbre para los clientes, quienes esperan que su estadía y disfrute sea lo más placentero posible y con el mejor aprovechamiento de su tiempo, sin preocupaciones por la reservación de su alojamiento o servicios turístico que requiere para su estadía.

Actualmente, la inteligencia artificial se ha convertido en una herramienta muy importante para optimizar la gestión hotelera; pero no se puede obviar que también representa grandes desafíos, como por ejemplo, la falta de conocimiento en el uso de las tecnologías, la poca inversión por parte de las empresas hoteleras en la automatización digital de sus procesos operativos, la resistencia al cambio por parte del personal que labora en los hoteles y de estrategias claras para integrar la inteligencia artificial a los procesos del hotel. Al mismo tiempo, existe una preocupación por el uso de los datos que brindan los huéspedes y por la pérdida del contacto “cara a cara” que se da entre el huésped y el hotel. Por otro lado, se plantea otra duda, el uso de la inteligencia artificial, ¿está cumpliendo a cabalidad con el propósito que fue creada?, ¿realmente ofrece al turista una experiencia actualizada y ágil en tiempo real?

Es claro reconocer los beneficios que ofrece la inteligencia artificial en tiempo real, como la automatización de reservaciones, la atención al cliente, el análisis predictivo de la demanda y la personalización del servicio, pero aún no se dispone de suficiente evidencia sistematizada que permita comprender de manera integral cuáles son las implicaciones reales de su uso en los servicios de recepción y reservaciones en el distrito de Quepos. Esta falta de información limita la toma de decisiones por parte de los administradores hoteleros y dificulta la formulación de estrategias que permitan una adopción tecnológica eficiente, responsable y alineada con las características del destino.

En este contexto, surge la necesidad de analizar, de forma detallada: ¿Cuáles son las implicaciones del uso de la inteligencia artificial en la gestión de los servicios de recepción y reservaciones en los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos durante el año 2025?

Este análisis permitirá identificar tanto las oportunidades como los retos asociados a la implementación de estas tecnologías, así como su impacto en la eficiencia operativa, la experiencia del huésped y la competitividad del sector hotelero local.

1.2 Objetivos de la Investigación

1.2.1 Objetivo general

Analizar las implicaciones del uso de la inteligencia artificial en la gestión de los servicios de recepción y reservaciones en los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos durante el año 2025.

1.2.2 Objetivos específicos

1. Describir los tipos de herramientas de inteligencia artificial utilizadas en los servicios de recepción y reservaciones en los establecimientos hoteleros de Quepos, durante el año 2025
2. Analizar la percepción de los huéspedes acerca de los servicios asistidos por IA, en los establecimientos hoteleros de Quepos, durante el año 2025.
3. Analizar los desafíos y limitaciones que enfrentan los establecimientos hoteleros en el uso de IA, en los establecimientos hoteleros de Quepos, durante el año 2025.

1.3 Justificación.

El avance en el sector hotelero por medio del uso de tecnologías digitales, como es el caso de la inteligencia artificial, ha permitido transformar sus procesos operativos y administrativos de manera significativa, de forma que los servicios de recepción y reservaciones sean más dinámicos y eficientes. Sobre todo en las tareas más rutinarias se han logrado automatizar para brindar información en tiempo real y una atención al cliente de calidad, permitiendo ofrecer a cada huésped una experiencia satisfactoria, enfocada en cumplir con las necesidades de rapidez y eficacia en cada uno de los procesos que se llevan a cabo.

En el distrito de Quepos, como se apuntó antes, es de los principales destinos turísticos del país, gracias al Parque Nacional Manuel Antonio, de modo que se hace sumamente necesario que los servicitos turísticos, llámense naturales, culturales o sociales, que se ofrezcan sean de calidad, dado que son determinantes para la sostenibilidad económica del hotel y de la zona.

En ese sentido, la inteligencia artificial debe entrar en funcionamiento, para crear una red de conexiones entre los diferentes recursos que tiene el destino con la finalidad de satisfacer esas necesidades de los huéspedes, acercándose a un modelo de destino turístico inteligente o “ciudad inteligente”. Esto mismo lo señala el Instituto Tecnológico de Costa Rica (2025), al mencionar que:

Se define como un sistema complejo e interconectado que aplica las nuevas tecnologías para gestionar desde el correcto funcionamiento de los sistemas internos de un territorio. Es decir, esos destinos turísticos que ya han aplicado tecnología e innovación son considerados Smart City o ciudades inteligentes; son aquellos que tienen un sistema interconectado más complejo, que utilizan IA o nuevas tecnologías para gestionar el turismo o los diferentes sectores que concurren en ese territorio. (pp.7-8)

Consecuentemente, los servicios de recepción y reservaciones son relevantes para la investigación porque concentran una parte esencial de la comunicación entre el establecimiento y el huésped. En estas áreas se gestionan consultas, disponibilidad, confirmaciones, modificaciones, solicitudes y situaciones que pueden influir en la percepción de confiabilidad y calidad del servicio. Por ende, analizar la incorporación de IA en estas actividades ayudará a determinar si la tecnología complementa adecuadamente la atención del personal o si genera dificultades en la interacción con los usuarios.

A este respecto, Moreno (2009), destaca lo siguiente: “El servicio al cliente es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar apropiado y se asegure de un uso correcto del mismo” (p.2).

Se destaca, entonces, que esta investigación es conveniente porque permitirá identificar las herramientas de inteligencia artificial utilizadas en la recepción y reservaciones, las funciones que desempeñan y las implicaciones percibidas por los establecimientos y los huéspedes. A su vez, se aclara que el estudio no parte del supuesto de que estas tecnologías eliminan errores o mejoran necesariamente el servicio; más bien busca establecer bajo cuáles condiciones generan beneficios y las dificultades que pueden presentarse durante su utilización.

En el plano práctico, los resultados podrían ayudar a los responsables de los establecimientos a valorar si las herramientas utilizadas responden a sus necesidades operativas. La información obtenida permitiría reconocer posibles cambios en los tiempos de respuesta, la distribución de tareas, la coordinación de reservaciones y la atención de consultas. También podría facilitar la identificación de costos, necesidades de capacitación, problemas de integración y otros factores que deben considerarse antes de ampliar la utilización de estas tecnologías.

La investigación también resulta pertinente porque contribuirá a examinar el equilibrio entre la automatización y la atención interpersonal. Y es que, aunque la IA puede apoyar la respuesta de consultas rutinarias y el procesamiento de información, determinadas situaciones requieren empatía, interpretación del contexto y capacidad para resolver necesidades complejas. Por ello, conviene conocer cómo valoran los huéspedes y el personal la combinación de atención tecnológica y humana en los servicios estudiados. Así se interpreta en el argumento que menciona Jakins (2025):

Si bien la IA destaca por su eficiencia y consistencia, a menudo carece de la inteligencia emocional y la perspicacia que el personal humano aporta al servicio al cliente. La dependencia excesiva de la automatización puede mermar la conexión personal que define la hospitalidad. (párr.12)

En el ámbito académico y profesional, esta investigación puede aportar información relevante a los estudiantes de turismo en hotelería, empresas hoteleras, organizaciones públicas o privadas relacionadas con este campo, y a cualquier otra que considere que la información brindada sirve de apoyo para lograr evaluar las ventajas o desventaja del uso de herramienta digitales basadas en inteligencia artificial en el negocio hotelero.

1.4 Antecedentes

1.4.1 Antecedentes históricos

El distrito de Quepos está ubicado en el Pacífico Central de Costa Rica y es uno de los principales destinos turísticos del país debido a que acá se encuentra uno de los atractivos más importantes del país, el Parque Nacional Manuel Antonio, que por la afluencia que tiene de turistas

nacionales e internacionales, ha logrado posicionarse como un sitio de interés para el disfrute de la naturaleza, la biodiversidad y el turismo de placer.

La consolidación turística de Quepos y Manuel Antonio se relaciona especialmente con la creación, en 1972, del entonces denominado Parque Recreativo Nacional Playas de Manuel Antonio. A partir de este proceso, la zona incrementó progresivamente su reconocimiento como destino de naturaleza y amplió su oferta de servicios turísticos. No obstante, cualquier afirmación sobre el efecto específico de la infraestructura vial o sobre las fechas de apertura de los primeros establecimientos debe respaldarse con fuentes históricas o registros institucionales.

La creación del área protegida favoreció el posicionamiento turístico de Manuel Antonio y estimuló progresivamente la oferta de alojamiento, alimentación y actividades recreativas en su zona de influencia, por lo que comenzaron a construir los primeros alojamientos y a ofrecer variedad de servicios turísticos, como pequeñas cabinas, restaurantes, tour de aventura y hoteles familiares como, por ejemplo, La Mariposa Hotel, que abrió sus puertas en 1973, justo un año después de la creación del parque.

Al respecto, Sáenz (1992), argumenta que “también se desconoce la cantidad de dinero que circula en Manuel Antonio por concepto de turismo. Esta cifra debe ser significativa si tomamos en cuenta la gran cantidad de turistas que llegan a dicho lugar” (p.159). En otras palabras, ya para ese momento el parque ya era uno de los principales atractivos turísticos del país, porque generaba una gran cantidad de afluencia turística, lo que condujo al establecimiento de nuevos hoteles para atender las necesidades de hospedaje que requerían esos visitantes.

En las décadas de 1980 y 1990, el desarrollo hotelero en Quepos y la zona de Manuel Antonio se aceleró, en vista de que se empezaron a establecer resorts, hoteles de categoría media y alta, así como alojamientos tipo boutique en las colinas y el litoral. Se construyeron los llamados Si Como No Resort, Spa & Wildlife Refuge, el Hotel Costa Verde y La Mansion Inn, que ampliaron la oferta de hospedaje y se convirtieron en referentes de calidad, variedad de servicios y buen servicio al cliente, todo ello gracias al Parque Manuel Antonio.

El autor Núñez (2025), aporta lo siguiente:

Solamente el Parque Nacional Manuel Antonio 404.302 turistas no residentes en el año 2024, según cifras del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) una derrama económica que los empresarios turísticos locales aprovechan, ofreciendo experiencias que van más allá de esta reconocida área silvestre protegida. (párr.1)

Durante esta época de crecimiento de la hotelería en el distrito de Quepos, los servicios de reservación de habitaciones y otros servicios, se basaban en la atención humana personalizada, con procesos manuales y sistemas tecnológicos básicos. De esa manera, el personal de recepción, botones y conserjería gestionaban las reservas, los check-in, las recomendaciones y quejas; mientras que la información al viajero dependía de folletos físicos, tales como brochures y afiches y la comunicación externa por medio de telefonía fija.

No obstante, durante el 2019 ocurre una pandemia por el COVID-19 y se obliga a los establecimientos hoteleros y otros sectores de la economía, a reinventarse para lograr llegar a su mercado meta, mediante estrategias que no requieran la presencia física del huésped, sino que la gestión de la reserva y otras actividades se realicen de forma remota y en tiempo real.

En esas instancias, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2020), en su informe sobre el COVID 19 indica:

Además del apoyo inmediato, es importante preparar a las Mipymes del sector turístico para el futuro, específicamente mediante el fortalecimiento de las habilidades digitales. Las plataformas de reserva y los medios sociales han permitido a los proveedores de servicios turísticos interactuar directamente con sus clientes, eliminando intermediarios y reduciendo las barreras de entrada. Los conocimientos digitales también abarcan otras tecnologías innovadoras, como los grandes datos para rastrear el comportamiento de los consumidores y pronosticar la demanda, y la inteligencia artificial para diseñar experiencias únicas. (p.8)

Por otro lado, la inteligencia artificial comenzó a integrarse de manera significativa en la recepción y reservas de hoteles del distrito de Quepos, a partir del auge de las herramientas digitales a finales de 2022 e intensificándose entre 2024 y 2025 para personalizar y gestionar las

reservas, permitiendo la automatización de check-in, responder consultas 24/7 y optimizar precios, siendo esencial para mejorar la experiencia del huésped.

1.4.2 Antecedentes internacionales

Como parte del análisis académico sobre las implicaciones del uso de la inteligencia artificial en la gestión de los servicios de recepción y reservaciones en los establecimientos de hospedaje, es oportuna la revisión y análisis de estudios internacionales relacionados con el tema de esta investigación.

Con esto se pretenden abordar varios aspectos asociados al uso de la inteligencia artificial en la hotelería, entre ellos, su importancia en los procesos de la actividad hotelera y de las áreas de recepción y reservas, así como su aplicación para el servicio al cliente, sus ventajas, pero también sus limitaciones dentro de esta industria. Los antecedentes que se presentan con el ánimo de fortalecer la comprensión del tema de estudiado.

Los autores Glasinovich y Gutiérrez (2022) concluyeron que:

En la actualidad el uso de la inteligencia artificial para el área de servicio al cliente, ha aumentado en gran escala en la industria hotelera, ya que los hoteles están optando por usar máquinas para brindar sus servicios. Por lo tanto, el uso de la IA tiene una relación directa en la satisfacción del huésped del sector debido a que muchos clientes consideran el uso de estas máquinas como un factor importante al momento de hacer la elección respecto al lugar donde desean hospedarse, ya que el servicio llega a ser más rápido y en algunos casos más personalizado. (pp.15-16)

En el estudio realizado por Kandpal, et al. (2025) titulado, “El papel de la inteligencia artificial en la mejora del frente operaciones de oficina en la industria hotelera”, se indican que:

La rápida transformación digital observada en los últimos años ha redefinido las industrias de servicios, siendo el sector hotelero uno de los más afectados. Entre los diversos avances tecnológicos, la Inteligencia Artificial (IA) ha surgido como una herramienta fundamental para mejorar la eficiencia operativa, la personalización del servicio y la interacción con el cliente. Dentro de la industria hotelera, el departamento de recepción se erige como el

primer punto de contacto entre el huésped y el establecimiento, lo que lo convierte en un área estratégica para la integración de la IA. (p.1)

La citada investigación utilizó respuestas de 150 empleados que trabajan en el área de recepción en hoteles de Himachal Pradesh, India. Su el objetivo consistía en evaluar cómo los sistemas basados en inteligencia artificial afectan la eficiencia operativa, la satisfacción laboral y la calidad del servicio. Los resultados mostraron que, la incorporación de herramientas inteligentes mejora la rapidez y precisión de las tareas normales, así como la gestión de check-in y check-out, la consulta de los huéspedes y la coordinación de reservaciones en tiempo real. La inteligencia artificial facilitó reducir la carga de trabajo manual, permitiendo al personal enfocarse en otras tareas más complejas y enriquecedoras con los clientes, lo que impacta favorablemente la experiencia del huésped.

Asimismo, dicho estudio señala que estas tecnologías aportan servicios más personalizados y adaptados a las necesidades del huésped, lo que puede representar mayores niveles de satisfacción y fidelización; sin embargo, también se evidenciaron desafíos importantes, como la resistencia al cambio por parte de algunos empleados, la falta de capacitación especializada y las inversiones necesarias para adoptar las nuevas tecnologías. Se resalta que la percepción del personal sobre la inteligencia artificial se muestra como un aspecto clave para su implementación exitosa, ya que su actitud influye tanto en el manejo de los sistemas como en su integración dentro del establecimiento hotelero.

Esta investigación aporta evidencia de que la inteligencia artificial no solo mejora la eficiencia de las operaciones de recepción y reservaciones, sino que puede fortalecer la competitividad de los hoteles cuando se acompaña de cambios en los procesos de gestión en conjunto con el fortalecimiento de la capacitación al personal a cargo de estas tareas. Además, se menciona que se deben considerar los beneficios tecnológicos, así como los factores humanos y de organización al implementar el uso de la inteligencia artificial.

Otro antecedente internacional es el artículo Martínez (2025), titulado “Los chatbots en la industria hotelera: la evolución de la atención al cliente a través de la IA”, incluido en la revista

Economía Industrial (Ministerio de Industria y Turismo, España, 2025). El autor expone que “los chatbots han sido uno de los avances tecnológicos más relevantes en la atención al cliente dentro de la industria hotelera. Desde sus inicios, han evolucionado significativamente, mejorando su funcionalidad y su capacidad para interactuar con los huéspedes” (p.53).

Más adelante el mismo autor explica que:

Los primeros chatbots en la hotelería se introdujeron a principios de la década de 2010 como una herramienta básica para responder preguntas frecuentes y realizar tareas sencillas. En un principio, su función principal era gestionar consultas automatizadas a través de plataformas de mensajería, como Facebook Messenger, o integrados en los sitios web de los hoteles. Los chatbots se limitaron a ofrecer respuestas predefinidas a preguntas comunes sobre los servicios del hotel, como la disponibilidad de habitaciones, los horarios de check-in y check-out, las políticas de cancelación o las tarifas. (p.53)

El artículo identifica varios beneficios importantes del uso de la IA en la atención al cliente, entre los que señala, la mejora de la experiencia del huésped, la reducción de carga operativa, la gestión de reservas, la gestión en los precios y la personalización de los servicios a los huéspedes basado en sus preferencias; adicionalmente señala que la inteligencia artificial ha tenido un impacto más amplio en la automatización de procesos operativos dentro del hotel, que no se limitan únicamente a la recepción y reservaciones sino que se aplican a otras áreas.

Finalmente, se concluye que la inteligencia artificial, ha revolucionado la atención al cliente en la industria hotelera, transformando tanto la eficiencia operativa como la percepción del huésped hacia los servicios ofrecidos. Este antecedente es especialmente relevante para comprender cómo estas tecnologías, ya implementadas en contextos avanzados como España, pueden influir en la gestión de recepción y reservaciones en otros destinos turísticos competitivos.

1.4.3 Antecedente nacionales

El estudio de los antecedentes nacionales es primordial para comprender cómo se ha abordado en el país, el uso de tecnologías con inteligencia artificial en la gestión hotelera. En

particular, en las áreas de recepción y reservaciones representa una transformación significativa en la forma en que los hoteles mejoran sus procesos operativos y mejoran la experiencia del cliente.

Este análisis se enfoca en diversos aportes que exploran la aplicación de herramientas basadas en inteligencia artificial en la gestión de servicios hoteleros, especialmente en funciones tan importantes como la atención al cliente, el procesamiento de reservaciones y la automatización de procesos.

Al examinar los antecedentes nacionales sobre la inteligencia artificial en el sector hotelero se hace posible identificar su implementación, los resultados y las recomendaciones que han surgido en estudios previos. De ese modo, se fortalece el marco teórico y contextual de la presente investigación, justificando su pertinencia dentro de la realidad costarricense y su contribución al desarrollo de prácticas más eficientes en los servicios de recepción y reservaciones en los hoteles del distrito de Quepos

En la Revista Viajes Digital, en su publicación “La inteligencia artificial impulsa la transformación del turismo en Costa Rica”, del 24 de enero de 2025, Daniel Flores experto en tecnología aplicada al turismo y consultor de la empresa Rokbit, señala que, “La IA está permitiendo a la industria optimizar la promoción personalizada, la atención al cliente e incluso la gestión de procesos en general” (Flores, 2025, párr.3).

A su vez, añade Flores (2025) que, “Las pequeñas empresas enfrentan dificultades debido a la escasez de datos relevantes para entrenar modelos de IA y los altos costos de desarrollo y mantenimiento. Además, los riesgos de ciberataques y robo de información son preocupaciones constantes” (párr. 7).

Sin embargo, dicha publicación argumenta que existen retos significativos, como la falta de datos de interés para entrenar modelos de inteligencia artificial en pequeñas empresas, los altos costos asociados al desarrollo y mantenimiento de estas tecnologías y la necesidad de conocimientos especializados para su implementación. También se advierte sobre los riesgos de ciberseguridad y la gestión de la información, factores que demandan estrategias de protección que garanticen la protección de los datos y una capacitación constante.

En síntesis, este antecedente nacional evidencia que la inteligencia artificial está impulsando cambios significativos en la industria turística costarricense, en especial en los procesos de atención y gestión, generando beneficios operativos y de experiencia para los clientes, aunque también plantea desafíos estructurales que requieren atención tanto empresarial como institucional

Por otro lado, en el artículo de Morales et al. (2023) titulado “Automatización de Hoteles: Hotel Automation”, en la Universidad Latina de Costa Rica y publicado en la revista Tecnología Vital, indican que:

La automatización ayuda a los hoteles a optimizar sus operaciones y a controlar los costos, contribuyendo así a un crecimiento sostenible. Los sistemas automatizados de gestión hotelera (PMS) centralizan las operaciones, facilitando la administración de recursos y la reducción de desperdicios. A largo plazo, esto se traduce en una mejor asignación de recursos, ahorro de costos y escalabilidad a medida que el negocio hotelero se expande. (párr.16)

Adicionalmente, los mismos autores exponen:

Los factores clave a considerar al dar los primeros pasos (o los siguientes) en la automatización hotelera son: analizar dónde se logrará un impacto significativo, elegir herramientas que se ajusten al tamaño y la hoja de ruta de su hotel, y planificar la integración y la capacitación para que tanto el personal como los sistemas funcionen en sincronía. Identifique claramente los puntos débiles, seleccione una plataforma compatible con su sistema de gestión hotelera (PMS) y capacite a su equipo para que la utilice con confianza. (Morales et al., 2023, párr.27)

De lo anterior, se puede concluir que la automatización representa una herramienta estratégica para mejorar la eficiencia y competitividad de los hoteles al optimizar los procesos operativos, reducir costos y facilitar una gestión más eficiente de los recursos. Sin embargo, para que su implementación sea exitosa, es necesario que los hoteles seleccionen tecnologías acordes con sus necesidades, planifiquen adecuadamente su integración y capaciten al personal en su uso,

garantizando así una aceptación efectiva que contribuya a mejorar la calidad del servicio y la experiencia del huésped.

En otra investigación realizada por González (2025), se aporta que:

Se analizó el impacto de la implementación de robots con inteligencia artificial en la experiencia del cliente y la eficiencia operativa en un establecimiento hotelero del país. El estudio se centró en examinar cómo estas tecnologías inteligentes, programadas con inteligencia artificial para interacción directa con el huésped, pueden transformar procesos tradicionales de atención al cliente, como la recepción, la entrega de servicios y la interacción general en áreas de contacto con el usuario. (p.11)

Dicha investigación identificó que la incorporación de robots con inteligencia artificial contribuye a mejorar la atención al cliente mediante respuestas más rápidas, personalizadas y disponibles permanentemente, lo cual es positivo para la percepción del servicio en comparación con los métodos normales. Esto produce una mejor eficiencia operativa al reducir tiempos de espera, disminuir cargas de trabajo manual y liberar al personal humano para tareas que requieren atención personalizada (González, 2025, p.116)

Además, como parte de los desafíos identificados en esa investigación se refiere que el uso de herramientas digitales con inteligencia artificial demanda que las empresas apuesten por mayor infraestructura y equipos. También un personal capacitado y motivado hacia la nueva era digital y que para lograr el éxito se requiere de un equilibrio entre la innovación y la gestión del talento humano para potencializar las capacidades humanas y mejora la calidad del servicio del hotel. (González, 2025, p.119).

Por último, se puede argumentar que este antecedente nacional refleja que la implementación de robots con inteligencia artificial no solo tiene potencial para incrementar la eficiencia de los servicios hoteleros, sino que plantea la necesidad de considerar tanto los beneficios operativos como los desafíos asociados con la integración tecnológica en el sector turístico.

Después de revisar las fuentes disponibles, no se localizaron tesis, artículos científicos o investigaciones desarrolladas específicamente en hoteles del distrito de Quepos sobre inteligencia artificial aplicada a recepción y reservaciones. Sin embargo, la revisión de la literatura permitió identificar las investigaciones nacionales relacionadas con la automatización hotelera y el uso de inteligencia artificial en establecimientos de hospedaje de Costa Rica.

La ausencia de investigaciones en hoteles en Quepos acerca del uso de inteligencia artificial subraya un vacío de conocimiento que justifica el desarrollo del presente estudio, el cual busca aportar información actualizada sobre la adopción de estas tecnologías en uno de los principales destinos turísticos del país.

1.5. Proyecciones

Las proyecciones se plantean como un análisis de escenarios donde se consideran los resultados positivos y negativos de la investigación. De seguido, la descripción de los alcances positivos:

- Se espera identificar las herramientas de inteligencia artificial utilizadas en los servicios de recepción y reservaciones de los establecimientos de hospedaje participantes, así como las funciones para las que fueron incorporadas.
- Se pretende generar una mayor comprensión de los cambios percibidos en la gestión de consultas, reservaciones, solicitudes y otras actividades propias de las áreas estudiadas.
- Se espera reconocer los beneficios percibidos y las dificultades asociadas con la utilización de inteligencia artificial, sin asumir previamente que todas las herramientas producen los mismos resultados.
- Se pretende aportar información contextualizada sobre la adopción y utilización de inteligencia artificial en establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos, considerando sus características operativas, tecnológicas y turísticas.

- Se espera establecer la percepción de los huéspedes que hayan utilizado servicios de recepción o reservaciones asistidos por inteligencia artificial, en particular en aspectos relacionados con facilidad de uso, rapidez, confiabilidad y calidad de la atención.
- Se pretende identificar los desafíos operativos, tecnológicos, económicos y humanos que enfrentan los establecimientos hoteleros al implementar o utilizar herramientas de inteligencia artificial.
- Se espera comprender cómo el personal y los huéspedes valoran la combinación entre herramientas automatizadas y atención interpersonal en los servicios estudiados.
- Se pretende reconocer las necesidades de capacitación, adaptación organizacional y acompañamiento al personal relacionadas con la incorporación de inteligencia artificial.
- Se espera que los resultados sirvan como referencia para los responsables de establecimientos de hospedaje que valoren incorporar, mantener o ampliar herramientas de inteligencia artificial en sus servicios de recepción y reservaciones.
- Se pretende aportar información útil para estudiantes, docentes, profesionales del turismo, organizaciones empresariales e instituciones vinculadas con el sector de hospedaje.
- Se espera que las dimensiones e indicadores empleados en los instrumentos de recolección de datos puedan servir como referencia para futuros estudios sobre inteligencia artificial y gestión hotelera, previa adaptación y validación en otros contextos.
- Se pretende generar un registro contextualizado sobre el uso de herramientas de inteligencia artificial durante el 2025, que pueda ser útil como punto de comparación para futuras investigaciones sobre la evolución tecnológica del sector de hospedaje.

Capítulo II. Marco Referencial o Teórico

El marco teórico es uno de los componentes primordiales para el desarrollo de cualquier investigación, dado que proporciona el soporte histórico, conceptual y referencial sobre el cual se construye la investigación. Su función principal consiste en contextualizar el problema de investigación dentro del conocimiento existente, permitiendo al investigador fundamentar sus planteamientos, variables y relaciones de estudio.

Al efecto, Hernández et al (2014) indican que, “Un buen marco teórico no es aquel que contiene muchas páginas, sino que trata con profundidad únicamente los aspectos relacionados con el problema, y que vincula de manera lógica y coherente los conceptos y las proposiciones existentes en estudios anteriores” (p.75).

Se destaca, así, que el marco teórico no se limita únicamente a recopilar información, sino que involucra un análisis crítico de las fuentes consultadas, con el fin de seleccionar aquellos aportes que sean pertinentes para el desarrollo de la investigación. Y es el sustento que permite ubicar el estudio dentro de un contexto académico más amplio, estableciendo conexiones con teorías existentes y contribuyendo a la generación de nuevo conocimiento (Creswell, 2014, pp.32-33).

Por otro lado, el marco teórico orienta la investigación, porque ayuda a definir los conceptos clave, delimita el alcance del estudio y establece las bases para la formulación de hipótesis o preguntas de investigación; por lo que se convierte en un elemento importante para garantizar la coherencia y validez del proceso investigativo.

Al mismo tiempo, se facilita la identificación de vacíos en la literatura, lo que permite justificar la relevancia de la investigación, de forma que se podría argumentar que el marco teórico contribuye a fundamentar la importancia del estudio, al evidenciar la necesidad de profundizar en un tema específico o abordar una problemática desde un nuevo ángulo.

En la investigación relacionada con la inteligencia artificial y la industria hotelera, este marco teórico integra conocimientos provenientes de diferentes disciplinas, como la tecnología, la administración y el turismo, lo que favorece un enfoque integral del tema de estudio.

Por lo anterior, este apartado se convierte en una herramienta significativa para la investigación científica, debido a que proporciona la base conceptual necesaria para su desarrollo, orienta el análisis del problema y permite establecer relaciones entre los objetivos investigados, contribuyendo a la validez y rigor académico del trabajo.

2.1 Marco Histórico

El marco histórico de una investigación es aquel que la describe y analiza la evolución temporal del problema de estudio, a través de la identificación de sus antecedentes, etapas de desarrollo y acontecimientos relevantes que han influido en su estado actual.

Autores como Tamayo y Tamayo (2004) señalan que, “Todo hecho anterior a la formulación del problema que sirve para aclarar, juzgar e interpretar el problema planteado, constituye los antecedentes del problema” (p.146). Por consiguiente, el marco histórico cumple una función relevante, ya que proporciona contexto, justifica la trascendencia del problema y dirige la investigación hacia un entendimiento de su situación actual, a partir de su trayectoria en el tiempo.

2.1.1 Origen de la inteligencia artificial

La inteligencia artificial representa uno de los avances más representativos del desarrollo científico y tecnológico de la humanidad; su origen se remonta a mediados del siglo XX, en un contexto marcado por el auge de la computación y el interés por comprender los procesos cognitivos humanos. Desde su concepción, la inteligencia artificial ha estado relacionada con la idea de replicar, mediante máquinas, capacidades propias del ser humano, tales como el razonamiento lógico, el aprendizaje, la percepción y la toma de decisiones.

Uno de los antecedentes fundamentales en el desarrollo de la inteligencia artificial se encuentra en los trabajos del matemático británico Alan Turing, quien en 1950 publicó el artículo “Computing Machinery and Intelligence” (Máquinas de computación e inteligencia), en el que planteó una de las preguntas más influyentes en la historia de la computación: “¿Pueden las máquinas pensar?” Como respuesta a esta interrogante, propuso el conocido “test de Turing”, una prueba diseñada para evaluar si una máquina puede imitar el comportamiento humano hasta el punto de ser indistinguible en una conversación. Este planteamiento sentó las bases teóricas de la inteligencia artificial, así como también introdujo el debate filosófico sobre la naturaleza de la inteligencia (Turing, 1950, p.1).

Posteriormente, en 1956, se llevó a cabo la Conferencia de Dartmouth, considerada el evento donde se establece a la inteligencia artificial como disciplina académica. En este encuentro, liderado por John McCarthy junto a otros científicos como Marvin Minsky y Claude Shannon, se utilizó formalmente el término “inteligencia artificial”. Y fue allí donde McCarthy definió el término de inteligencia artificial como la ciencia e ingeniería de hacer máquinas inteligentes, lo que marcó el inicio de una nueva área de investigación enfocada en el desarrollo de sistemas capaces de simular la inteligencia humana.

Durante las décadas de 1960 y 1970, la investigación en inteligencia artificial se centró principalmente en el desarrollo de programas capaces de resolver problemas matemáticos y lógicos, así como en la creación de los primeros sistemas expertos. Estos sistemas estaban diseñados para emular la toma de decisiones de un especialista humano en áreas específicas, mediante reglas predefinidas; sin embargo, a pesar de los avances logrados, estos sistemas presentaban limitaciones importantes, especialmente en su capacidad de adaptación y aprendizaje.

A finales del siglo XX, la inteligencia artificial experimentó un período de estancamiento conocido como el “invierno de la inteligencia artificial”, debido a las altas expectativas que no lograron cumplirse en ese momento, relacionado con la falta de capacidad computacional, el limitado acceso a datos y las dificultades técnicas. No obstante, este período también permitió modificar el enfoque y sentar las bases para futuros avances.

A ese respecto Russell & Norvig (2021), señalan:

En general, la industria de la IA experimentó un auge que la llevó de unos pocos millones de dólares en 1980 a miles de millones en 1988, abarcando cientos de empresas que desarrollaban sistemas expertos, sistemas de visión, robots y software y hardware especializados para estos fines.

Poco después llegó un periodo conocido como el «invierno de la IA», durante el cual muchas empresas fracasaron al no poder cumplir con sus promesas exageradas. Resultó difícil crear y mantener sistemas expertos para dominios complejos, en parte porque los métodos de razonamiento empleados por dichos sistemas fallaban ante la incertidumbre y, en parte, porque los sistemas no podían aprender de la experiencia. (p.42)

El resurgimiento de la inteligencia artificial se dio a partir de la década de 1990, impulsado por el desarrollo de nuevas técnicas como el “machine Learning” o aprendizaje automático que, a diferencia de los sistemas tradicionales, el aprendizaje automático permite a las máquinas aprender a partir de datos, identificar patrones y mejorar su desempeño sin necesidad de programación explícita. Este avance marcó un cambio significativo en la forma en que se desarrollan los sistemas inteligentes.

Ya en el siglo XXI, la inteligencia artificial ha alcanzado un crecimiento evidente gracias a la combinación de tres factores clave: el acceso a grandes volúmenes de datos (big data), el incremento en la capacidad de procesamiento y el desarrollo de algoritmos avanzados. En este contexto, surge el “deep learning” o aprendizaje profundo, una técnica basada en redes neuronales artificiales que permite realizar tareas complejas como el reconocimiento de imágenes, la traducción automática y el procesamiento del lenguaje natural.

Es así como autores como Russell y Norvig (2021) opinan que, “la IA sintetiza y automatiza tareas intelectuales y es, por lo tanto, potencialmente relevante para cualquier ámbito de la actividad intelectual humana, En este sentido, es un campo genuinamente universal” (p.29). Y en la actualidad, la inteligencia artificial es una herramienta estratégica en diversos sectores económicos, tales como: la salud, la educación, las finanzas y el turismo; su capacidad para

procesar grandes cantidades de información en tiempo real y generar respuestas automatizadas la posiciona como un elemento clave en la transformación digital de las organizaciones.

En el ámbito turístico y hotelero, la inteligencia artificial ha comenzado a desempeñar un papel fundamental en la optimización de procesos, la personalización de servicios y la mejora de la experiencia del cliente. No obstante, su desarrollo también plantea desafíos importantes relacionados con la ética, la privacidad de los datos y el impacto en el empleo, aspectos que deben ser considerados en su implementación.

Se resume que el surgimiento de la inteligencia artificial está marcado por un proceso evolutivo que ha transitado desde planteamientos teóricos hasta aplicaciones prácticas de alto impacto. Su desarrollo ha sido posible gracias a la relación de avances científicos y tecnológicos, consolidándose como una de las principales herramientas de innovación hoy en día.

2.1.2 Evolución de la tecnología en la industria hotelera

La industria hotelera ha experimentado una transformación significativa a lo largo del tiempo, impulsada particularmente por el avance de la tecnología y la necesidad de adaptarse a las nuevas demandas del mercado turístico. Desde sus inicios, se ha caracterizado por procesos manuales y atención personalizada directa, hasta la actualidad, donde predominan sistemas automatizados e inteligentes, la evolución tecnológica ha redefinido la forma en que operan los establecimientos de hospedaje.

En sus primeras etapas, la gestión hotelera se desarrollaba mediante métodos tradicionales, es decir, las reservaciones se realizaban de forma presencial o telefónica, los registros de huéspedes se llevaban en libros físicos y la comunicación con los clientes era limitada y lenta. Este modelo dependía exclusivamente del recurso humano, lo que implicaba una alta probabilidad de errores, duplicidad de información y tiempos de respuesta prolongados.

En la década de 1980, la industria hotelera comenzó a incorporar los primeros sistemas computarizados, conocidos como “Property Management Systems” (PMS), que permitieron

automatizar los procesos administrativos más importantes, como el registro de huéspedes, la asignación de habitaciones, la facturación y el control de inventarios.

Después, durante la década de 1990 y principios de los 2000, el internet marcó un punto de inflexión en la industria hotelera. La aparición de plataformas digitales permitió a los hoteles promocionar sus servicios en línea y a los clientes acceder a información en tiempo real. En este contexto, surgieron agencias de viajes en línea (Online Travel Agencies - OTA), como Booking.com y Expedia, las cuales revolucionaron el proceso de reservación al permitir comparar precios, consultar disponibilidad y realizar reservas desde cualquier parte del mundo.

Este cambio no solo transformó la manera en que los hoteles gestionan sus reservas, sino que también incrementó la competitividad del sector, obligando a las empresas a mejorar la calidad de sus servicios y a adoptar estrategias digitales para atraer clientes. De acuerdo con Alcívar- et al. (2021), “la eficacia operativa no solo mejoraría un hotel, sino que crearía una ventaja competitiva frente a otras ciudades en cuanto a servicios de calidad y gestión hotelera eficaz” (p.7).

En los últimos años, la evolución tecnológica ha estado marcada por la incorporación de herramientas más avanzadas, como aplicaciones móviles, sistemas de gestión integrados, plataformas de análisis de datos y tecnologías en la nube. Estas innovaciones han permitido a los hoteles gestionar sus operaciones de manera más eficiente, facilitando la toma de decisiones basada en datos y mejorando la experiencia del cliente.

Uno de los avances más relevantes en este proceso ha sido la integración de sistemas de gestión centralizados, que permiten conectar diferentes áreas del hotel, como recepción, reservaciones, limpieza y mantenimiento. Esta interconectividad mejora la coordinación interna y reduce los tiempos de respuesta, lo que se traduce en un servicio más eficiente.

Asimismo, el desarrollo de dispositivos móviles ha cambiado la forma en que los huéspedes interactúan con los servicios hoteleros. Actualmente, los clientes pueden realizar check-in en línea, acceder a información del hotel, solicitar servicios y comunicarse con el personal a través de

aplicaciones móviles. Este nivel de accesibilidad responde a las nuevas expectativas de los turistas, quienes buscan rapidez, comodidad y autonomía en la gestión de sus servicios.

Otro factor en la evolución tecnológica de la hotelería ha sido la incorporación de herramientas de análisis de datos (big data), las cuales permiten a los hoteles conocer el comportamiento, preferencias y hábitos de consumo de los huéspedes. Esta información es fundamental para diseñar estrategias de marketing más efectivas, personalizar los servicios y mejorar la satisfacción del cliente.

De ese modo, la industria hotelera ha comenzado a integrar ya estas tecnologías basadas en inteligencia artificial, como chatbots, asistentes virtuales y sistemas de recomendación, que son herramientas que ayudan a automatizar la atención al cliente, responder consultas en tiempo real y ofrecer servicios personalizados.

Adicionalmente, la pandemia por el COVID-19 aceleró la adopción de tecnologías en la industria hotelera, dada la necesidad de reducir el contacto físico y garantizar la seguridad sanitaria. En este contexto, se implementaron soluciones como el check-in sin contacto, menús digitales mediante códigos QR y sistemas automatizados de atención al cliente. Al respecto, Díaz (2025) apunta que:

En 2020 la pandemia del COVID-19 tiene un impacto significativo en la industria hotelera, el concepto de turismo masivo tal y como lo conocíamos sufre un fuerte revés obligando al sector a innovar adaptando su oferta a las nuevas tendencias, apareciendo nuevas alternativas. Se producen cambios en las prioridades de los clientes orientados hacia una seguridad sanitaria y flexibilidad en las cancelaciones, aceleración de la digitalización en reservas, pagos y check-in sin contacto. (p.7)

A pesar de los múltiples beneficios que ofrece la tecnología, su implementación también plantea retos importantes. Entre ellos se destacan la necesidad de inversión en infraestructura tecnológica, la capacitación del personal y la resistencia al cambio organizacional; asimismo, existe el reto de mantener un equilibrio entre la automatización de los servicios y la atención humana, elemento esencial en la industria hotelera.

En síntesis, la evolución de la tecnología en la industria hotelera ha pasado de procesos manuales a sistemas altamente automatizados e inteligentes, transformando la forma en que se gestionan los servicios y se interactúa con los clientes. Esto ha permitido mejorar la eficiencia operativa, ampliar el alcance del mercado y ofrecer experiencias más personalizadas; sin embargo, también plantea la necesidad de una implementación estratégica que considere tanto los beneficios tecnológicos como los factores humanos.

2.1.3 Incorporación de la inteligencia artificial en el turismo

La incorporación de la inteligencia artificial en el turismo ha sido uno de los cambios más relevantes en la evolución reciente de este sector, ya que ha redefinido la forma en que las empresas turísticas se relacionan con los clientes, gestionan sus operaciones y diseñan experiencias personalizadas. Dicha integración responde a un entorno altamente competitivo y digitalizado, donde los turistas demandan servicios más rápidos, eficientes y adecuados a sus preferencias individuales.

En sus primeras etapas, el uso de la inteligencia artificial en el turismo fue limitado y se centró principalmente en herramientas básicas de automatización, como sistemas de recomendación simples y motores de búsqueda. Sin embargo, con el avance tecnológico, la inteligencia artificial ha evolucionado hacia aplicaciones mucho más complejas, incorporando capacidades de aprendizaje automático, análisis predictivo y procesamiento del lenguaje natural.

Uno de sus más claros aportes al turismo es la capacidad de analizar grandes volúmenes de datos (big data), lo que ha permitido a las empresas comprender mejor el comportamiento del turista. Con esta información, es posible identificar patrones de consumo, preferencias de viaje y tendencias de mercado, lo que facilita la toma de decisiones estratégicas. Según Flores (2025), “la inteligencia artificial permite anticipar las necesidades de los clientes y ofrecer servicios personalizados, mejorando significativamente la experiencia del usuario” (párr.2).

En consecuencia, en el campo de la hotelería la inteligencia artificial ha tenido un impacto directo en áreas clave como la recepción, la gestión de reservaciones y la atención al cliente. Una

de las herramientas más utilizadas son los chatbots, los cuales funcionan como asistentes virtuales capaces de responder consultas de los clientes en tiempo real, las 24 horas del día.

En ese sentido, cadenas hoteleras como Hilton Hotels & Resorts han desarrollado soluciones innovadoras basadas en inteligencia artificial, como el uso de llaves digitales en dispositivos móviles y sistemas de atención automatizada; estas tecnologías no solo mejoran la eficiencia operativa, sino que también brindan mayor comodidad al cliente, quien puede gestionar su estadía de manera autónoma.

Otra de las aplicaciones de la inteligencia artificial en el turismo, es el uso de sistemas de recomendación personalizados, como las plataformas digitales. Por ejemplo, Airbnb emplea algoritmos de inteligencia artificial para sugerir alojamientos y experiencias basadas en las preferencias del usuario, su historial de búsqueda y su comportamiento en la plataforma. Este tipo de personalización incrementa la probabilidad de satisfacción del cliente y fortalece la fidelización.

Cabe mencionar, que ya se está hablando de “destinos turísticos inteligentes”, tal como explica el Instituto Tecnológico de Costa Rica (2025):

Es momento de señalar cómo se diferencia un destino turístico de un destino turístico inteligente. Para ello cabe señalar que en este último los recursos son optimizados con sistemas inteligentes y análisis de datos. Cuando en un DTI se habla de la necesidad de obtener datos, ya sea mediante la instalación de una aplicación móvil, beacons, realidad aumentada o inteligencia artificial, se debe no solo al propósito de mejorar la calidad de vida y la experiencia de los turistas en el territorio, sino también de obtener datos de esas aplicaciones móviles para tomar decisiones informadas. (p.10)

Se destaca también que la inteligencia artificial ha contribuido al diseño de sistemas de precios dinámicos, los cuales ajustan las tarifas en función de la demanda, la temporada, la competencia y otros factores del mercado. Y este tipo de herramientas, conocidas como sistemas de gestión de ingresos, son ampliamente utilizadas en la industria hotelera para maximizar los ingresos y optimizar la ocupación.

Por otro lado, la inteligencia artificial ha facilitado la automatización de procesos en la atención al cliente, lo que permite reducir tiempos de espera y mejorar la eficiencia del servicio. Según Díaz (2025), “la automatización mediante inteligencia artificial contribuye a optimizar tareas operativas y a liberar al personal para enfocarse en actividades que requieren interacción humana, como la atención personalizada” (p.8).

Sin embargo, pese a sus múltiples beneficios, el empleo de la inteligencia artificial en el turismo también plantea desafíos significativos: uno de los primordiales es la posible deshumanización del servicio, dado que la interacción con sistemas automatizados puede carecer de empatía y calidez, elementos esenciales en la experiencia turística.

Otro desafío relevante es la gestión de la privacidad y seguridad de los datos, debido a que la inteligencia artificial requiere el manejo de grandes cantidades de información personal, lo que conlleva riesgos asociados a la protección de datos, por lo que las empresas turísticas deben diseñar medidas de seguridad adecuadas para garantizar la confidencialidad de la información de los clientes.

Además, el uso de estas tecnologías demanda inversión económica, capacitación del personal y una adecuada gestión del cambio organizacional; pero, no todos los establecimientos hoteleros cuentan con los recursos necesarios para implementar la inteligencia artificial, lo que genera una brecha tecnológica dentro del sector.

A pesar de estos desafíos, la inteligencia artificial se puede considerar como una herramienta estratégica en el turismo, capaz de transformar la forma en que se diseñan y ofrecen los servicios; su capacidad para mejorar la eficiencia operativa, personalizar la experiencia del cliente y optimizar la toma de decisiones la convierte en un elemento clave para la competitividad del sector.

Recapitulando, se puede afirmar que la incorporación de la inteligencia artificial en el turismo ha permitido evolucionar hacia modelos de gestión más eficientes, personalizados e innovadores, aunque su puesta en marcha debe realizarse de manera equilibrada, considerando tanto los beneficios tecnológicos como la importancia del factor humano en la experiencia turística

2.2. Marco Conceptual

2.2.1 Servicios de recepción en establecimientos de hospedaje

Los servicios de recepción en los establecimientos de hospedaje son uno de los pilares de la operación hotelera, ya que representan el punto de contacto directo entre el cliente y el hotel; por lo que no solo cumple funciones administrativas, sino que también desempeña un papel importante en la impresión del cliente, influyendo significativamente en su percepción del servicio y en su experiencia durante la estancia.

En ese tanto, Bardi señala que el personal de front office atiende reservaciones, registros, cargos, salidas y otras actividades relacionadas con el huésped; además, caracteriza esta área como un centro de coordinación entre los recursos operativos y la prestación de hospitalidad del establecimiento (Bardi, 2003, pp. 41, 54-55).

Por otro lado, la recepción de un hotel se encarga de una serie de actividades esenciales que garantizan el adecuado funcionamiento del hotel; entre ellas se encuentran: el proceso de registro de entrada (*check-in*), la asignación de habitaciones, la gestión de salidas (*check-out*), la atención de consultas, la resolución de problemas, la coordinación con otros departamentos y la gestión de información del huésped.

Tradicionalmente, estos servicios eran manuales, lo que implicaba una alta dependencia del personal y una mayor probabilidad de errores en la gestión de la información. Sin embargo, con el avance de la tecnología, los servicios de recepción han evolucionado hacia modelos más automatizados y eficientes, incorporando sistemas digitales que permiten optimizar los procesos operativos.

En la actualidad, estos servicios han sufrido un cambio significativo gracias a la implementación de tecnologías digitales, en especial aquellas basadas en inteligencia artificial, lo que ha permitido automatizar tareas repetitivas, mejorar la precisión de la información y reducir los tiempos de espera, lo que contribuye a una mayor satisfacción del cliente.

Entre las innovaciones aplicadas a la recepción hotelera se encuentran los sistemas de registro automatizado, que permiten realizar parte del proceso de ingreso mediante quioscos, aplicaciones o enlaces digitales. También pueden emplearse chatbots y asistentes virtuales para responder consultas frecuentes, orientar al huésped o apoyar determinadas gestiones. Estas aplicaciones no sustituyen necesariamente al personal y deben contar con mecanismos de derivación cuando la solicitud requiera una atención más compleja o personalizada (Wüst & Bremser, 2025, pp. 1-3).

Indudablemente la aplicación de inteligencia artificial en los servicios de recepción ayuda a mejorar la eficiencia operativa y a optimizar la atención al cliente, al reducir la carga de trabajo manual del personal y permitir prontitud en los procesos. Y esto resulta importante en situaciones de alta demanda, donde la rapidez y precisión en la atención son factores determinantes para la satisfacción del huésped.

No obstante, a pesar de los beneficios que ofrece la automatización de los procesos, el componente humano sigue siendo un elemento esencial en los servicios de recepción, porque la interacción con las personas, la empatía y la capacidad de resolver situaciones más difíciles son aspectos que no pueden ser reemplazados por la tecnología. De esto se puede inferir que la inteligencia artificial carece de inteligencia emocional, lo que puede limitar la calidad de la interacción con el cliente si se depende exclusivamente de sistemas automatizados.

Al mismo tiempo, los servicios de recepción cumplen una función clave en la gestión de la información del huésped, ya que recopilan datos personales, preferencias y requerimientos específicos; esta información es fundamental para ofrecer un servicio personalizado y mejorar la experiencia del cliente. Pero su manejo abarca también responsabilidades relacionadas con la protección de datos y la privacidad, especialmente en un entorno donde la inteligencia artificial procesa grandes volúmenes de información.

Se destaca, a su vez, la integración de la recepción con otros departamentos del hotel, como limpieza, mantenimiento y alimentos y bebidas, cuya coordinación es clave para garantizar un servicio eficiente y una experiencia fluida para el huésped. Los sistemas tecnológicos actuales

permiten una mayor interconectividad entre departamentos, facilitando la comunicación interna y mejorando la gestión operativa.

Hoy en día, los servicios de recepción no solo deben ser eficientes, sino que deben adaptarse a las nuevas expectativas de los clientes, quienes demandan rapidez, accesibilidad y personalización. Por ende, la inteligencia artificial se muestra como una herramienta determinante para cumplir con estas demandas, considerando que su implementación debe realizarse de manera estratégica, asegurando un equilibrio entre la automatización y el trato humano.

2.2.2 Gestión de reservaciones

La gestión de reservaciones ocupa un lugar primordial en las operaciones de los establecimientos de hospedaje. A través de este proceso se reciben y organizan las solicitudes de alojamiento, se verifica la disponibilidad de habitaciones y se registran las condiciones acordadas para la estancia. Además, la información obtenida ayuda a anticipar la llegada de los huéspedes y planificar con mayor claridad la ocupación y los recursos que necesitará el establecimiento.

Para ahondar en el tema, explica Bardi (2003), que:

El sistema de reservaciones facilita el acceso al inventario de habitaciones y permite responder a las solicitudes de los clientes. Asimismo, proporciona información relacionada con la ocupación, las tarifas y los ingresos del establecimiento” (p. 128). Para el autor, administrar correctamente los datos de las reservaciones permite transformar numerosos detalles en información útil tanto para atender al huésped como para apoyar la gestión financiera del alojamiento. (p. 150)

Conforme con lo citado, se define la reservación hotelera como la contratación anticipada de un alojamiento específico por parte de un huésped durante un periodo determinado. También se señala que, “el área encargada de las reservaciones debe revisar diariamente las solicitudes recibidas, actualizar la información y preparar estimaciones sobre la ocupación futura” (Bardi, 2003 p. 14).

En la actualidad, los hoteles utilizan sistemas de gestión de reservaciones integrados, centralizan la información y facilitan la coordinación entre diferentes áreas del hotel. Estos sistemas permiten verificar la disponibilidad de habitaciones, registrar reservas, gestionar tarifas y generar reportes en tiempo real, lo que contribuye a una mejor toma de decisiones.

Por otro lado, la aparición de plataformas digitales y agencias de viaje en línea ha transformado significativamente la gestión de reservaciones. Existen Plataformas como Booking.com y Expedia que han facilitado el acceso a los servicios hoteleros, permitiendo a los clientes realizar reservas desde cualquier lugar del mundo. Dicha digitalización ha incrementado la competitividad del sector, obligando a los hoteles a optimizar sus sistemas de gestión para mantenerse en el mercado.

También una de sus principales aplicaciones de la inteligencia artificial en materia hotelera, es el uso de sistemas de predicción de demanda, los cuales analizan datos históricos y variables del mercado para anticipar el comportamiento de los clientes, permitiendo a los hoteles ajustar sus estrategias de precios y disponibilidad, a la vez que optimizan la ocupación y maximizan los ingresos.

Asimismo, la inteligencia artificial contribuye a la automatización de procesos relacionados con la atención al cliente, tales como la confirmación de reservas, el envío de recordatorios y la gestión de consultas. Los chatbots, por ejemplo, pueden asistir a los clientes en el proceso de reservación, brindando información sobre disponibilidad, tarifas y servicios, lo que mejora la experiencia del usuario y reduce la carga operativa del personal.

Se suma a todo lo expuesto, la personalización de las reservaciones con el uso de inteligencia artificial. A través del análisis de datos, los sistemas pueden identificar las preferencias de los clientes y ofrecer opciones adaptadas a sus necesidades, como tipos de habitación, servicios adicionales o paquetes turísticos. Esto no solo mejora la experiencia del huésped, sino que también incrementa la probabilidad de fidelización.

No obstante, el desarrollo de tecnologías en la gestión de reservaciones también presenta retos importantes. Entre ellos, la dependencia de sistemas tecnológicos, lo que lleva a la necesidad de contar con infraestructura adecuada y personal capacitado. Además, existe el riesgo de fallos técnicos que pueden afectar la operación del hotel.

De igual forma, la gestión de la información del cliente es crítica, dado que la recopilación y almacenamiento de datos personales requiere cumplir con normativas de protección de datos y garantizar la seguridad de la información. En este sentido, la confianza del cliente es un factor clave en la utilización de plataformas digitales para la realización de reservaciones.

2.2.3 Experiencia del huésped

La experiencia del huésped se comprende como la percepción global que el cliente desarrolla a partir de todas las relaciones que mantiene con el establecimiento hotelero, esto incluye el proceso de reservación, la llegada al hotel, la estancia, la atención recibida, los servicios utilizados y las acciones posteriores a la salida. Dicha experiencia influye directamente en la satisfacción, la fidelización y la intención de volver a utilizar los servicios del hotel

De acuerdo con Glasinovich y Gutiérrez (2022), se puede definir que “la IA puede emplearse de forma funcional para diferentes áreas, lo que permite que el huésped se sienta satisfecho con el servicio que se le va a ofrecer, puesto que está más ajustado a sus necesidades” (p.8).

Se resalta que entre los principales factores que afectan la experiencia del huésped se encuentran la eficiencia en los procesos de recepción y reservación, la calidad de la atención al cliente, la personalización de los servicios, la rapidez en la respuesta a solicitudes y la resolución efectiva de problemas; cada uno de estos elementos contribuye a la construcción de una experiencia positiva o negativa.

Actualmente, la inteligencia artificial ha comenzado a desempeñar un papel más significativo en la mejora de la experiencia del huésped. A través del uso de tecnologías avanzadas, los hoteles pueden ofrecer servicios más rápidos, eficientes y personalizados, adaptados a las necesidades específicas de cada cliente.

Una de las aplicaciones de la inteligencia artificial en ese aspecto es la personalización de la experiencia que se realiza mediante el análisis de datos, de forma que los sistemas pueden identificar las preferencias del huésped, como tipo de habitación, servicios adicionales o hábitos de consumo, y ofrecer recomendaciones adaptadas.

A su vez, el uso de chatbots y asistentes virtuales ayuda a brindar atención inmediata a los clientes, resolviendo consultas y gestionando solicitudes en tiempo real, lo que mejora la percepción del servicio, sobre todo en un contexto donde se valoran la rapidez y la accesibilidad.

Se añade otra aplicación relevante que tiene que ver con el uso de sistemas automatizados para procesos como el check-in y check-out, lo que reduce los tiempos de espera y optimiza la eficiencia del servicio, avances que permiten al huésped tener mayor control sobre su experiencia, lo que contribuye a una mayor satisfacción.

Y pese a los beneficios que ofrece la inteligencia artificial, es oportuno considerar que la experiencia del huésped no depende únicamente de la eficiencia tecnológica, ya que la interacción entre las personas sigue siendo elemental, particularmente en situaciones que requieren empatía, comprensión y atención humanizada.

Además, la posibilidad que tienen los clientes de compartir sus opiniones a través de plataformas digitales influye en la reputación del hotel. En este sentido, la inteligencia artificial permite analizar estas opiniones en tiempo real, identificando áreas de mejora y oportunidades para optimizar el servicio. Así, la experiencia del huésped está estrechamente relacionada con la confianza en el manejo de la información personal.

En resumidas cuentas, la experiencia del huésped es un concepto integral que abarca tanto aspectos tangibles como intangibles del servicio hotelero. Por lo tanto, la inteligencia artificial ha venido a mejorar dicha vivencia por medio de la automatización y personalización de los servicios. Pero, como ya se mencionó, su desarrollo debe complementarse con la atención humana para garantizar una experiencia completa y satisfactoria, considerando también que la experiencia del

cliente no se basa solamente en la eficiencia tecnológica, sino en los factores emocionales tales como la atención personalizada, la empatía y la interacción humana.

2.2.4 Automatización de servicios

La automatización de servicios consiste en el uso de sistemas tecnológicos, software y herramientas digitales para optimizar procesos operativos, mejorar la precisión de las tareas y agilizar la prestación de servicios. En el sector hotelero, esta automatización abarca diversas áreas, incluyendo la recepción, la gestión de reservaciones, la atención al cliente, el control de accesos y la administración interna.

Según Martínez (2025), se explica que:

La automatización basada en IA ha transformado muchos procesos internos del hotel. Desde la gestión de inventarios hasta la planificación de la limpieza de habitaciones. Los sistemas inteligentes pueden también optimizar el uso de recursos, reducir costos y minimizar errores humanos. Por otro lado, las herramientas de gestión energética basadas en IA permiten que los hoteles optimicen costes como el consumo de energía, ajustando la climatización y las luces según la ocupación y las preferencias del huésped. (pp.52-53)

Como ejemplos de la automatización en la hotelería están el uso de sistemas de *check-in* y *check-out* automatizados, que permiten a los huéspedes gestionar su entrada y salida sin necesidad de interactuar directamente con el personal. A su vez, la implementación de chatbots y asistentes virtuales facilita la atención al cliente, brindando respuestas inmediatas a consultas frecuentes y permitiendo una atención continua las 24 horas del día.

Entre las principales ventajas de la automatización de servicios se encuentran la mejora de la eficiencia operativa, la reducción de costos operativos y la optimización del servicio ofrecido al cliente, aspectos que han impulsado la incorporación de robots y otras tecnologías inteligentes en el sector turístico y hotelero (Belanche et al., 2021, p.477).

Cabe señalar que se recomienda que las organizaciones del sector turístico y hotelero implementen los robots de servicio como un apoyo al personal y no solo como una estrategia para

reducir los costos. También se indica la importancia de comunicar a los clientes los beneficios que aportan en eficiencia y calidad del servicio, ya que ello favorece una percepción más positiva y una mayor aceptación de su uso (Belanche et al., 2021, pp. 489–490).

No obstante, dicha automatización también presenta desventajas y desafíos que deben ser considerados en su implementación. Uno de los principales riesgos es la deshumanización del servicio, ya que la interacción con sistemas automatizados puede carecer de empatía y calidez, aspectos fundamentales en la experiencia del huésped.

Por otro lado, está la recopilación y el procesamiento de datos personales que plantean preocupaciones éticas en torno a la privacidad y la ciberseguridad. Los sistemas de IA a menudo se basan en datos personales extensos para funcionar de manera efectiva, lo que puede ser vulnerable a las violaciones (Jakins, 2025, párr. 17).

Se cuenta con otro desafío que resulta de la dependencia tecnológica, ya que los sistemas automatizados requieren infraestructura adecuada, mantenimiento constante y actualizaciones periódicas; cualquier fallo técnico puede detener el proceso que se esté llevando a cabo, en este caso en la atención de los huéspedes.

Asimismo, la automatización abarca la gestión de grandes volúmenes de datos, lo que plantea retos en términos de seguridad y privacidad de la información. Por, eso estas empresas hoteleras deben fijar medidas adecuadas para proteger los datos de los clientes y garantizar su confidencialidad. Además, la adopción de tecnologías automatizadas requiere inversión económica y capacitación del personal, lo que puede representar una barrera para algunos establecimientos, especialmente aquellos de menor tamaño.

Pese a estos retos, la automatización de servicios continúa consolidándose como una tendencia clave en la industria hotelera, impulsada por la necesidad de adaptarse a un entorno digital y a las nuevas expectativas de los clientes. Su desarrollo, cuando se realiza de manera estratégica, permite mejorar la eficiencia operativa y ofrecer una experiencia más satisfactoria al huésped.

2.3. Marco Referencial

2.3.1 Teoría de la Aceptación Tecnológica

Esta teoría, en inglés “Technology Acceptance Model” (TAM) constituye uno de los modelos más utilizados para explicar el comportamiento de los usuarios frente a la adopción de nuevas tecnologías. Este modelo fue propuesto por Fred Davis en 1989, con el objetivo de analizar los factores que influyen en la decisión de una persona de utilizar o no un sistema tecnológico.

El modelo TAM se basa en la premisa de que la aceptación de una tecnología depende principalmente de dos variables fundamentales: la utilidad percibida (perceived usefulness) y la facilidad de uso percibida (perceived ease of use). La primera se refiere al grado en que una persona cree que el uso de una tecnología mejorará su desempeño, mientras que la segunda está relacionada con el nivel de esfuerzo que el usuario considera necesario para utilizar dicha tecnología (Davis, 1989, p.320).

Estas dos variables influyen directamente en la actitud del usuario hacia la tecnología, lo que a su vez determina su intención de uso y, finalmente, su adopción real. En este sentido, el modelo plantea una relación causal entre la percepción del usuario y su comportamiento, destacando la importancia de los factores psicológicos en la aceptación tecnológica.

En el contexto de la industria hotelera, la teoría TAM resulta en particular de relevancia para analizar la adopción de herramientas basadas en inteligencia artificial, como sistemas de reservaciones automatizados, chatbots y plataformas digitales de atención al cliente. Tanto el personal del hotel como los huéspedes deben percibir estas tecnologías como útiles y fáciles de utilizar para que su implementación sea exitosa.

Por ejemplo, si un huésped considera que un sistema de check-in automatizado le permite ahorrar tiempo y simplificar su proceso de registro, es más probable que lo utilice. De igual manera, si el personal del hotel percibe que una herramienta tecnológica facilita su trabajo y no requiere un esfuerzo excesivo de aprendizaje, su disposición a adoptarla será mayor.

Existen varios estudios que han demostrado que la percepción de facilidad de uso es un factor determinante en la adopción de tecnologías en el sector turístico, especialmente en usuarios que no tienen experiencia previa con sistemas digitales. A la vez, la utilidad percibida está estrechamente relacionada con los beneficios tangibles que la tecnología ofrece, como la rapidez, la eficiencia y la comodidad.

Pero la aplicación del modelo TAM también presenta limitaciones porque se enfoca principalmente en factores individuales y no considera otros elementos relevantes, como la influencia social, la cultura organizacional o las condiciones externas que pueden afectar la adopción de una tecnología.

Aún con estas limitaciones, la teoría TAM sigue siendo una herramienta utilizada en investigaciones relacionadas con la adopción tecnológica, debido a su simplicidad y capacidad para explicar el comportamiento del usuario. En el caso de la presente investigación, esta teoría ayuda a analizar cómo los servicios de inteligencia artificial en la recepción y reservaciones son percibidos por los usuarios y cómo estas percepciones influyen en su aceptación.

2.3.2 Teoría de la Difusión de Innovaciones

Esta teoría fue desarrollada por Everett Rogers en 1962 y ampliada en ediciones posteriores. Con esta se explica cómo, por qué y a qué ritmo las nuevas ideas y tecnologías se difunden dentro de una sociedad o sistema social. La teoría es fundamental para comprender los procesos de adopción tecnológica en diferentes contextos, incluyendo el sector turístico y hotelero.

Según Rogers (2003), se resalta que:

La difusión es el proceso mediante el cual una se comunica a través de ciertos canales a lo largo del tiempo entre los miembros de un sistema social. Es un tipo especial de comunicación, ya que los mensajes están relacionados con nuevas ideas. La comunicación es un proceso en el que los participantes crean y comparten información entre sí para alcanzar una comprensión mutua. Esta definición implica que la comunicación es un proceso de convergencia (o divergencia) a medida que dos o más individuos intercambian información para acercarse (o alejarse) en los significados que les atribuyen a ciertos eventos. (p.5)

Más adelante Rogers (2003) define que:

Una innovación es una idea, práctica u objeto que un individuo u otra unidad de adopción percibe como nuevo. En lo que respecta al comportamiento humano, poco importa si una idea es «objetivamente» nueva —medida según el tiempo transcurrido desde su primer uso o descubrimiento—; lo que determina la reacción del individuo ante ella es la novedad que este percibe en dicha idea. Si para el individuo la idea parece nueva, se trata de una innovación. (p.11)

Entre los aportes de esta teoría se cita la identificación de cinco atributos que determinan la adopción de una innovación:

- Ventaja relativa: grado en que la innovación es percibida como mejor que la alternativa existente.
 - Compatibilidad: nivel de coherencia con los valores, experiencias y necesidades del usuario.
 - Complejidad: grado de dificultad percibida en el uso de la innovación.
 - Posibilidad de prueba: capacidad de experimentar la innovación antes de adoptarla completamente.
 - Visibilidad: visibilidad de los resultados obtenidos mediante el uso de la innovación.
- (Rogers, 2003, pp.14-16)

En relación con el contexto de la inteligencia artificial en la hotelería, estos atributos sirven para analizar por qué algunos hoteles adoptan estas tecnologías más rápidamente que otros. Es decir, si la implementación de un sistema automatizado demuestra claramente una mejora en la eficiencia operativa (ventaja relativa) y es fácil de usar (baja complejidad), es más probable que sea adoptado por otros establecimientos.

Al mismo tiempo, la teoría de Rogers (2003, p.22)) clasifica a los individuos o entidades en cinco categorías según su nivel de adopción de innovaciones:

- Innovadores
- Primeros adoptantes
- Mayoría temprana

- Mayoría tardía
- Rezagados

Esta clasificación es de utilidad para analizar el comportamiento de los hoteles frente a la implementación de inteligencia artificial; algunos establecimientos, generalmente cadenas internacionales o grandes hoteles, actúan como innovadores al adoptar nuevas tecnologías de manera temprana. En cambio, otros hoteles más pequeños pueden mostrarse más resistentes al cambio, adoptando estas innovaciones en etapas posteriores.

Otro aspecto relevante de esta teoría es la importancia de los canales de comunicación en la difusión de innovaciones; la información sobre nuevas tecnologías se transmite a través de medios formales e informales, lo que influye en su percepción y aceptación. En el caso del sector hotelero, la difusión de la inteligencia artificial se ve influenciada por factores como la competencia, las tendencias del mercado, las recomendaciones de expertos y las experiencias de otros establecimientos; la observación de resultados positivos en otros hoteles puede motivar la adopción de tecnologías similares.

No obstante, la adopción de innovaciones también enfrenta barreras, como la resistencia al cambio, la falta de recursos económicos, la limitada capacitación del personal y la incertidumbre sobre los beneficios de la tecnología. Estos factores pueden retrasar el proceso de difusión y limitar el alcance de la innovación.

En resumen, la Teoría de la Difusión de Innovaciones ayuda a comprender cómo las tecnologías basadas en inteligencia artificial se incorporan en la industria hotelera, recalcando los factores que influyen en su adopción y las diferencias en el comportamiento de las personas y los establecimientos frente a estas innovaciones.

Capítulo III. Marco Metodológico.

En este capítulo se describe el procedimiento que conlleva el desarrollo del objeto de esta investigación, especificando el enfoque, el tipo de estudio, el diseño, la población y muestra, las técnicas para la recolección de los datos, así como los métodos de análisis que darán respuesta al problema planteado.

Para Hernández-Sampieri et al. (2014), el marco metodológico “constituye el plan o estrategia concebida para obtener la información requerida y analizarla con el fin de responder a las preguntas de investigación. En pocas palabras, es la guía estructurada que orienta el proceso científico” (p.120).

3.1 Enfoque de la Investigación

Este capítulo presenta las decisiones metodológicas que orientarán el desarrollo de la investigación. Por eso se abordan el enfoque y el diseño seleccionados, la población y la muestra, las unidades de análisis, las fuentes de información, las técnicas e instrumentos de recolección de datos y los procedimientos para analizar e integrar los resultados. También se incorporan los criterios de validación de los instrumentos y las consideraciones éticas aplicables al estudio.

Por lo tanto, el tipo de enfoque seleccionado es uno de los aspectos más importantes dentro del diseño metodológico, ya que determina la forma en que se recolectarán, analizarán e interpretarán los datos, lo que garantiza coherencia entre el problema de investigación, los objetivos planteados y los procedimientos empleados, ya que un enfoque equivocado puede generar dudas que afecten la calidad del tema indagado. Por lo que no debe ser algo al azar, sino en función de la naturaleza del estudio y de los resultados que se esperan obtener.

Al efecto, Hernández-Sampieri et al. (2014) definen los métodos mixtos como “procesos sistemáticos, empíricos y críticos que incluyen la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta” (p. 534). Este enfoque resulta pertinente dado que el estudio requiere establecer tanto las tendencias observadas en las respuestas de los huéspedes como las explicaciones y experiencias del personal encargado de recepción, reservaciones y administración.

El enfoque mixto permite el análisis de los datos tanto cuantitativos y cualitativos que sirven para obtener la información necesaria para la conocer las implicaciones de la inteligencia artificial en las áreas de recepción y reservaciones de los hoteles en el distrito de Quepos.

3.2 Método de la Investigación

El diseño de la investigación fija la estructura que orienta la recolección y análisis de los datos con el propósito de responder al problema planteado en el tema de investigación. Según Hernández-Sampieri et al. (2014), “el diseño de investigación es el plan o estructura concebida para obtener la información que se requiere y dar respuesta a las preguntas de investigación, asegurando coherencia entre los objetivos y los procedimientos metodológicos” (p.128).

En el presente estudio se utiliza un diseño de triangulación, también llamado convergente o paralelo, propio del enfoque mixto, el cual permite integrar datos cuantitativos y cualitativos que fueron recolectados, contrastando los resultados por medio de encuestas y entrevistas, fortaleciendo la validez y confiabilidad de la investigación.

En ese sentido, Creswell (2014) sostiene que:

El diseño de triangulación es uno de los más utilizados dentro del enfoque mixto, debido a que combina las fortalezas del enfoque cuantitativo, de precisión y generalización, con las del enfoque cualitativo, de profundidad y contextualización, lo que implica que ambos tipos de datos se recolectan en un mismo periodo, se analizan por separado y posteriormente se integran para generar una interpretación global del fenómeno investigado. (p.196)

Se destaca el hecho de que el tema de esta investigación relacionado con las implicaciones de la inteligencia artificial en la gestión de recepción y reservaciones, presenta aspectos medibles, de modo que el diseño de triangulación resulta oportuno y coherente con los objetivos planteados.

3.3 Fuentes de Información

En cuanto a las fuentes de información Tamayo (2003), menciona “pueden clasificarse en primarias y secundarias, dependiendo del nivel de proximidad que tengan con el fenómeno estudiado. La correcta selección de las fuentes garantiza la validez conceptual y empírica del trabajo investigativo” (p.45).

En la investigación en curso, se emplean fuentes primarias y secundarias, debido a la naturaleza aplicada y tecnológica del tema.

3.3.1 Fuentes Primarias

Según Hernández-Sampieri et al. (2014), las fuentes primarias “son aquellas que proporcionan información directa y original sobre el fenómeno de estudio. La información se recolecta directamente de la fuente que interactúa con el tema de estudio, por lo que los datos son reales y actuales” (p.57).

En esta investigación, las fuentes primarias están compuestas por encuestas estructuradas para los clientes de los hoteles del distrito de Quepos y entrevistas al personal de las áreas de recepción y reservaciones y gerentes de hotel o del área de recepción y reservaciones. Con estos instrumentos se pretende conocer la percepción que tienen los huéspedes de los servicios ofrecidos por el hotel de forma automatizada y además obtener información relevante que evidencie como ha influido el uso de inteligencia artificial en los procesos operativos del hotel y cómo estos enfrentan esos cambios.

Dichas fuentes ayudan a obtener información precisa acerca del nivel de implicación que tienen las herramientas de inteligencia artificial en los procesos operativos en los departamentos de recepción y reservaciones, la percepción de los huéspedes de los servicios automatizados y las limitaciones y desafíos que se enfrentan por su uso.

3.3.2 Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias comprenden documentos, investigaciones previas y literatura académica que analizan o interpretan información relacionada con el tema de estudio. De acuerdo

con Creswell (2014), estas fuentes permiten contextualizar el problema de investigación y fundamentar teóricamente las variables analizadas.

En este caso, las fuentes secundarias se componen de libros especializados en metodología de la investigación, artículos científicos sobre inteligencia artificial aplicada al sector hotelero, investigaciones previas relacionadas con automatización en servicios turísticos, informes de organismos internacionales sobre innovación tecnológica en turismo, publicaciones académicas en bases de datos científicas. Estas fuentes ayudarán a sustentar conceptos clave como inteligencia artificial, gestión hotelera, automatización de servicios, transformación digital en el sector turismo y la eficiencia operativa y satisfacción del cliente, las cuales serán utilizadas en la justificación, antecedentes y marco teórico de esta investigación.

3.3.3 Muestra de la Investigación

El muestreo es un procedimiento metodológico por el cual se selecciona un subconjunto de la población con el propósito de obtener información representativa del tema de estudio. Según Hernández-Sampieri et al. (2014), “el muestreo puede clasificarse en probabilístico y no probabilístico, dependiendo de si los elementos de la población tienen o no la misma probabilidad de ser seleccionados” (p.176).

Cabe señalar que en el muestreo no probabilístico, la selección de los participantes no depende de procedimientos estadísticos aleatorios, sino de criterios definidos por el investigador, tales como accesibilidad, disponibilidad o pertinencia. Dentro de esta categoría se encuentra el muestreo por conveniencia, también denominado muestreo accidental, el cual será utilizado en esta investigación.

Conforme con Creswell (2014), se indica que el muestreo por conveniencia se emplea “cuando los participantes se seleccionan porque están disponibles y dispuestos a participar en el estudio. Este tipo de muestreo es común en investigaciones aplicadas y estudios de campo donde existen limitaciones de acceso a la población total” (p.146).

En cuanto a esta investigación, se destaca que el interés principal es analizar las implicaciones del uso de inteligencia artificial en un contexto geográfico delimitado como lo es el distrito de Quepos y durante un período específico, es decir, el año 2025.

Por lo tanto, la muestra está conformada de la siguiente manera:

Tabla 1. Muestreo

Grupo	Fase	Cantidad	Muestreo
Personal del hotel de las áreas de recepción y reservaciones, y gerentes	Cualitativa	3	Intencional (No probabilístico)
Huéspedes	Cuantitativa	40	Probabilístico (Conveniencia)
Gerentes o administradores de hotel o del área de recepción y reservaciones	Cualitativa	3	Intencional (No probabilístico)

3.4 Unidad de Análisis.

Según Hernández-Sampieri et al. (2014), la unidad de análisis puede estar constituida “por personas, organizaciones, grupos, documentos o cualquier entidad que posea las características necesarias para responder al problema de investigación” (pp.163-164).

En el presente estudio, la unidad de análisis está conformada por: los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos que cuentan con servicios de recepción y reservaciones que podrían estar utilizando la inteligencia artificial; el personal que labora en las áreas de recepción y gestión de reservaciones y los huéspedes que hayan utilizado los servicios de recepción o reservaciones durante el año 2025.

La selección de estas unidades responde al objetivo de analizar las implicaciones del uso de herramientas de inteligencia artificial en los procesos operativos y administrativos relacionados con la atención al cliente y la gestión de reservas.

En consecuencia y desde el enfoque mixto adoptado en esta investigación, la unidad de análisis cumple una doble función:

- En la fase cualitativa, se analizan datos provenientes del personal de los hoteles, mediante entrevistas, para medir variables como eficiencia operativa, reducción de tiempos y percepción de utilidad de la inteligencia artificial.
- En la fase cuantitativa, mediante un cuestionario, se examinan las experiencias y opiniones de los huéspedes con respecto al uso de la inteligencia artificial en la satisfacción de sus necesidades.

La delimitación de la unidad de análisis permite mantener coherencia entre el problema, los objetivos y el diseño metodológico, asegurando que los datos recolectados sean adecuados y relevantes para el tema investigado.

3.4.1 Tablas de Unidades de Análisis

Tabla 2. Unidad de análisis

Objetivo	Categorías de análisis	Subcategoría	Instrumento	Definición Conceptual	Ítem
Objetivo específico 1: Describir los tipos de herramientas de inteligencia artificial utilizadas en los servicios de recepción y reservaciones en los	Herramientas de inteligencia artificial utilizadas en la recepción y reservaciones.	• Tipos de herramientas de inteligencia artificial • Nivel de implementación • Áreas de aplicación	Entrevista semiestructurada	Las herramientas de inteligencia artificial son sistemas tecnológicos capaces de procesar información, aprender de datos y ejecutar tareas	1. ¿Qué tipos de herramientas de inteligencia artificial utiliza actualmente el hotel en el área de recepción? 2. ¿En qué actividades específicas de recepción se

establecimientos hoteleros de Quepos, durante el año 2025				relacionadas con la atención al cliente, la gestión de reservas y la automatización de procesos en establecimientos hoteleros.	utilizan estas herramientas? 3. ¿En relación con la operación de las herramientas de inteligencia artificial, estas operan de manera automática o requieren supervisión del personal para evitar errores? 4. ¿Cuál considera que es la herramienta de inteligencia artificial más importante para el hotel? ¿Y por qué? 5. ¿En el caso de las consultas de los huéspedes, el hotel cuenta
---	--	--	--	--	---

					con alguna herramienta de inteligencia artificial para su atención y que tipo de solicitudes puede resolver? 6. ¿En el área de reservaciones cuenta el hotel con herramientas de inteligencia artificial para la atención de los clientes, puede indicar cuáles son y la función que cumplen dentro del departamento 7. ¿Con respecto al servicio de atención al cliente que tipo de inteligencia
--	--	--	--	--	--

					artificial utilizan y que servicios ofrece 8. ¿Cuenta el hotel con herramientas de inteligencia artificial para conocer las preferencias de los clientes?
Objetivo específico 2: Analizar la percepción de los huéspedes acerca de los servicios asistidos por inteligencia artificial, en los establecimien tos hoteleros de Quepos, durante el año 2025.	Percepción de los huéspedes sobre servicios asistidos por inteligencia artificial.	Facilidad de uso Rapidez y eficiencia Calidad de la atención Confianza y seguridad Preferencia por interacción humana o automatizada	Cuestionario estructurado a huéspedes (escala tipo Likert de 1 a 5)	La percepción del huésped se refiere a la evaluación subjetiva que realiza el cliente sobre la experiencia de uso de servicios asistidos por inteligencia artificial, considerand o utilidad, satisfacción, confianza y	1. ¿Con respecto a los servicios automatizados utilizados en el hotel que usted visitó, qué tan satisfecho(a) se siente? 2. ¿Qué nivel de satisfacción obtuvo con el proceso de reservación asistido por tecnología del hotel?

				calidad de atención.	3. ¿Valore el nivel de confianza que le generaron los sistemas digitales utilizados por el hotel? 4. ¿Qué nivel de seguridad sintió al proporcionar información personal mediante estos sistemas del hotel? 5. ¿A la hora de interactuar, qué nivel de facilidad percibió en estos sistemas? 6. ¿Qué probabilidad habría por su parte, en utilizar nuevamente las herramientas
--	--	--	--	----------------------	--

					de inteligencia artificial que ofrecen los hoteles en futuros viajes? 7. ¿Qué tan favorable considera que es la incorporación de inteligencia artificial en los hoteles? 8 ¿Qué tan útil considera que fue la tecnología utilizada para resolver sus necesidades? 9.¿Cree que la tecnología contribuyó a reducir los tiempos de espera? 10. ¿Cuál tipo de atención prefiere para resolver
--	--	--	--	--	--

					consultas durante su estadía?
Objetivo específico 3: Analizar los desafíos y limitaciones que enfrentan los establecimientos hoteleros en el uso de inteligencia artificial, en los establecimientos hoteleros de Quepos, durante el año 2025	Desafíos y limitaciones en el uso de inteligencia artificial.	Costos de implementación Capacitación del personal Infraestructura tecnológica Seguridad y protección de datos Resistencia al cambio	Entrevista semiestructurada a administradores o gerentes	Los desafíos y limitaciones del uso de inteligencia artificial comprenden las dificultades técnicas, económicas, organizacionales y humanas que afectan la implementación, operación y aprovechamiento de sistemas de inteligencia artificial en los servicios hoteleros.	1. ¿Cuál fue la principal razón para implementar herramientas de inteligencia artificial en las áreas de recepción y reservaciones del hotel? 2. ¿Qué tanto han influido los costos de adquisición, mantenimiento o actualización de las herramientas de inteligencia artificial en la operación del hotel? 3. ¿Se ha presentado resistencia de los

					colaboradores ante la incorporación de herramientas de inteligencia artificial? ¿Qué factores considera han influido en esa resistencia? 4. ¿Qué tipos de problemas técnicos se han presentado durante la utilización de estas herramientas con inteligencia artificial? 5. ¿Cómo impactan los problemas de conectividad en la prestación de los servicios del hotel?
--	--	--	--	--	---

					6. ¿Qué medidas implementa el hotel para garantizar la seguridad y privacidad de la información que brindan los huéspedes? 7. ¿Qué consecuencias podrían presentarse para el hotel, si dejan de funcionar los sistemas digitales que utilizan inteligencia artificial? 8. ¿Cuáles estrategias recomendaría para mejorar la adopción y el aprovechamiento de estas tecnologías en los hoteles?
--	--	--	--	--	--

3.5 Instrumentos

El instrumento de investigación es el medio por el cual el investigador recolecta la información necesaria para responder al problema planteado y cumplir con los objetivos del tema de investigación.

De acuerdo con Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), otro aspecto de consideración es que la investigación “puede abarcar tanto el enfoque cualitativo como el cuantitativo, y llegar a complementarse, además de que es posible mezclarlos cuando se utilizan diversos tipos de instrumentos de medición, como registros observacionales, cuestionarios, test, estudios de caso, etc.” (p.358).

En este estudio, los instrumentos se diseñan para recopilar información de tres fuentes clave que son: el personal de recepción y reservaciones, gerentes de hotel o de las áreas de recepción y reservaciones y los huéspedes. Con esos fines, se aplican cuestionarios y entrevistas.

3.6 Técnicas de recolección de datos.

Las técnicas de recolección de datos son los procedimientos con los que el investigador obtiene información empírica para dar respuesta al problema de investigación. Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), argumenta que, “el investigador es quien —mediante diversos métodos o técnicas— recoge los datos (él es quien observa, entrevista, revisa documentos, conduce sesiones, etc.). No sólo analiza, sino que es el medio de obtención de la información” (p.409).

En la presente investigación se emplean técnicas cuantitativas y cualitativas con el propósito de obtener una visión integral del fenómeno desde la perspectiva del personal operativo, los gerentes y los huéspedes.

Por otra parte, los instrumentos para obtener los datos que servirán para el análisis de esta investigación son los que se detallan, seguidamente.

3.6.1 Cuestionarios

El cuestionario es una de las técnicas de recolección de datos más utilizadas en la investigación científica, principalmente para estudios cuantitativos y descriptivos. Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) indican que, "El cuestionario es el instrumento más utilizado para recolectar datos y consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir" (p. 250).

A su vez, Tamayo y Tamayo (2004), explican que "la entrevista y el cuestionario nos permiten obtener la información con alto grado de confiabilidad" (p.160). En esta investigación, el cuestionario está dirigido al personal operativo de recepción y reservaciones de los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos.

Se resalta que este instrumento es de gran importancia dentro de los proyectos de investigación, porque permite recopilar información directamente de los sujetos de estudio. Es través de este que el investigador puede conocer opiniones, comportamientos, actitudes, conocimientos, experiencias y percepciones relacionadas con el tema investigado.

Para esta investigación, el cuestionario se aplica a los huéspedes que utilicen o hayan utilizado los servicios de los hoteles del distrito de Quepos durante el período 2025, lo que permite medir su grado de satisfacción. Este instrumento está conformado por preguntas cerradas mediante diversas escalas de Likert y se aplicará con el uso de Google Forms, compartiéndose por medio de un código QR, de manera personal, a todos los clientes que visiten hoteles en dicha área geográfica.

3.6.2 Entrevistas

La entrevista se puede contextualizar como una técnica de recolección de información que se utiliza en la investigación científica, especialmente en estudios cualitativos y descriptivos, la cual se desarrolla en una conversación planificada entre el investigador y una o varias personas, con el propósito de obtener información relevante sobre un tema específico. A través de esta técnica, el investigador puede conocer opiniones, experiencias, percepciones, actitudes y conocimientos de los participantes relacionados con el tema de estudio.

Al respecto, Hernández-Sampieri et al. (2014), señalan que, “las entrevistas implican que una persona calificada (entrevistador) aplica el cuestionario a los participantes; el primero hace las preguntas a cada entrevistado y anota las respuestas. Su papel es crucial y son una especie de filtro” (p.233).

Por su parte, Barrantes (2018), explica lo siguiente:

La entrevista debe partir de un propósito explícito y, aunque se inicia hablando de algún asunto sin trascendencia, tocando los temas más variados para que el informante se sienta confiable y exprese sus opiniones con naturalidad, hay que llegar a la información requerida. Un segundo elemento que define este tipo de entrevistas es la presencia de explicaciones al entrevistado. Como ya se dijo, este es un proceso de aprendizaje mutuo; mientras se conoce la cultura del informante, el entrevistador aprende y puede llegar a ser más consciente de su papel, por eso, le debe ofrecer explicaciones al informante sobre la finalidad y orientación general del estudio y sobre el tipo de entrevista por realizar. Debe permitir que se exprese en su propia forma de hablar al contestar las preguntas que se plantean. (p. 294)

Para esta investigación se elabora una entrevista estructurada, con un cuestionario con preguntas cerradas para garantizar que se indague los mismos aspectos a cada entrevistado. Este tipo de instrumentos resulta el ideal para investigaciones cualitativas.

Finalmente, se establece que las entrevistas están dirigidas al personal que labora en las áreas de recepción y reservaciones y gerentes de hoteles o de las áreas de recepción y reservaciones. Además, que se realizarán mediante instrumentos tecnológicos y a conveniencia de los entrevistados, siendo alguno de ellos por medio de entrevista personal, de forma virtual, por WhatsApp o cualesquiera otro mecanismo que sea útil para obtener la información requerida en esta investigación.

Capítulo IV. Análisis de Resultados

Este capítulo tiene como objetivo el análisis e interpretación de los datos recopilados por medio de la aplicación de los instrumentos de investigación dirigidos a trabajadores de los departamentos de recepción y reservaciones y gerentes de dichas áreas o del hotel, así como a huéspedes de los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos. La información obtenida permitirá determinar las implicaciones del uso de la inteligencia artificial en la gestión de los servicios hoteleros, específicamente en las áreas de recepción y reservaciones.

El análisis se realizó tomando en consideración los objetivos específicos planteados en el estudio, con la idea de relacionarlos con los resultados. Asimismo, se interpretan las percepciones, experiencias y opiniones de los participantes con respecto a la implementación de herramientas tecnológicas basadas en inteligencia artificial dentro del sector hotelero.

La información recolectada mediante el cuestionario fue organizada y representada a través de gráficos estadísticos, mientras que las entrevistas permiten complementar el análisis con la información cualitativa relacionada con las experiencias y vivencias de los trabajadores de los hoteles del distrito de Quepos.

Los resultados se exponen de forma ordenada, comenzando con el análisis de los obtenidos de las fuentes primarias que corresponden a las entrevistas y cuestionarios a los sujetos de este estudio, seguido por el análisis de las fuentes secundarias (fuentes bibliográficas). Finalmente, se hará una interpretación general de los resultados de todas las fuentes involucradas en este estudio.

El análisis de las fuentes primarias es una etapa fundamental de esta investigación, porque contribuye a interpretar la información directamente de las personas participantes mediante los instrumentos de recolección de datos aplicados.

Inicialmente, se muestran los resultados de la entrevista realizada a trabajadores del área de recepción y reservaciones de los hoteles en el distrito de Quepos, que corresponden al primer objetivo específico. En segunda instancia, se presentan los resultados del segundo objetivo específico por medio de gráficos, información obtenida por medio de un cuestionario aplicado a

los huéspedes que visitan los hoteles del distrito de Quepos. Finalmente, se mostrarán los resultados obtenidos de las entrevistas aplicadas a los gerentes de hoteles o de las áreas de recepción y reservaciones, que corresponde al tercer objetivo específico de esta investigación.

4.1 Análisis de fuentes primarias

4.1.1 Herramientas de inteligencia artificial utilizadas en los servicios de recepción y reservaciones en los establecimientos de hospedaje de Quepos durante 2025.

Se realiza la presentación y análisis de la información recopilada de los sujetos de estudio, en este caso tres empleados de las áreas de recepción y reservaciones de hoteles del distrito de Quepos, mediante una entrevista estructurada. Estos resultados están relacionados directamente con el objetivo específico 1 “Describir los tipos de herramientas de inteligencia artificial utilizadas en los servicios de recepción y reservaciones en los establecimientos hoteleros de Quepos, durante el año 2025”.

4.1.1.1 Características del personal de servicios de recepción

El entrevistado 1 cuenta con 12 años de experiencia en hotelería, ha laborado en: Hotel Parador, del 20016 al 2017, en el área de recepción; Hotel Gaia, del 2017 al 2018, en las áreas de servicio al cliente y recepción, Hotel La Foresta del 2018 a 2021, en las áreas de recepción, servicio al cliente y reservaciones; Hotel Playa Espadilla, del 2023 al 2025, en las áreas de recepción, reservaciones y servicio al cliente.

La persona entrevistada fue seleccionada por su experiencia laboral en el área de recepción y atención al cliente en establecimientos de hospedaje, donde ha participado directamente en los procesos de comunicación con los huéspedes y gestión de reservaciones. Su experiencia le permite conocer las herramientas tecnológicas que actualmente apoyan estas funciones, así como las estrategias de atención implementadas por los hoteles donde ha laborado. Su participación resulta especialmente valiosa para la presente investigación porque ofrece una perspectiva práctica sobre el uso real de la inteligencia artificial en las actividades diarias de recepción y reservaciones, permitiendo identificar tanto las herramientas utilizadas como las razones por las cuales algunos establecimientos continúan privilegiando la atención personalizada sobre la automatización de los servicios.

La entrevistada 2 cuenta con conocimientos en el área de recepción, trabaja en el Hotel Naoz, el cual se ubica en la zona de Manuel Antonio en Quepos. Fue seleccionada por desempeñarse como colaboradora en el área de recepción, una posición estratégica dentro de la operación hotelera, ya que mantiene contacto directo con los huéspedes y participa en los procesos de atención, registro y gestión de reservas. Su experiencia permite conocer de primera mano las herramientas tecnológicas utilizadas en las operaciones diarias del hotel y evaluar el nivel de incorporación de la inteligencia artificial en estos procesos. Su testimonio resulta oportuno para la investigación porque ofrece conocimiento del tipo de herramientas digitales que se utilizan en el hotel, el cual actualmente presenta una adopción limitada de tecnologías de inteligencia artificial, lo que permite comparar diferentes niveles de implementación dentro del sector hotelero del distrito de Quepos.

La entrevistada 3 posee 15 años de experiencia en hotelería, ha laborado en: Hotel El Faro Beach, del 2014 al 2016, trabajé en las áreas de recepción, reservaciones y ama de llaves; Hotel La Foresta Nature Resort & Titi Canopy Tour, del 2017 al 2021, en el área de Gestión de reservaciones, ventas y servicio al cliente, Hotel Arenas de Mar Beachfront & Rainforest Resort, en el área de reservaciones y eventos especiales, desde el 2022.

Esta entrevistada fue seleccionada por desempeñarse en un puesto relacionado con la atención al cliente dentro de un establecimiento de hospedaje, lo que le permite conocer de primera mano las herramientas tecnológicas utilizadas para apoyar las labores de recepción, comunicación con los huéspedes y gestión de la experiencia del cliente. Su experiencia resulta valiosa para la investigación debido a que participa directamente en los procesos donde pueden incorporarse herramientas de inteligencia artificial y conoce las decisiones operativas que el hotel ha tomado respecto a su implementación. Su testimonio aporta información relevante para identificar que tipos de herramientas de inteligencia artificial son utilizadas actualmente y cuáles procesos continúan desarrollándose mediante atención personalizada, aspecto fundamental para el cumplimiento del primer objetivo específico de la investigación.

4.1.1.2 Sobre las herramientas utilizadas

El entrevistado 1 señaló que utiliza ChatGPT y Google Gemini como herramientas de apoyo para revisar y mejorar la redacción de mensajes enviados a los huéspedes mediante correo

electrónico y WhatsApp. No obstante, enfatizó que todas las respuestas deben ser supervisadas por el personal, ya que el hotel prioriza una atención personalizada.

Asimismo, manifestó que los hoteles donde ha laborado no utilizan inteligencia artificial para responder automáticamente a los clientes ni para gestionar las reservaciones. La información sobre preferencias y necesidades de los huéspedes se obtiene mediante formularios enviados por correo electrónico o WhatsApp, permitiendo ofrecer un servicio más personalizado.

Los aportes de este entrevistado contribuyen al cumplimiento del primer objetivo específico, orientado a describir las herramientas de inteligencia artificial utilizadas en los servicios de recepción y reservaciones de los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos. La entrevista evidencia que las herramientas de inteligencia artificial se emplean principalmente como apoyo para la comunicación escrita con los huéspedes. Al respecto, el entrevistado señala que "utilizo ChatGPT y Gemini para responder a través de WhatsApp y a través de correo", lo que evidencia, que, desde su apreciación, estas aplicaciones facilitan la elaboración de mensajes más claros y profesionales.

Además, destaca que el contenido generado debe ser revisado por otro colaborador, indicando que "siempre tiene que haber alguien al tanto", debido a que el hotel mantiene un modelo de atención personalizada y evita las respuestas totalmente automatizadas.

Sin embargo, aclara que los hoteles donde ha trabajado no utilizan inteligencia artificial para automatizar la atención ni para gestionar las preferencias de los huéspedes, ya que esta información se recopila mediante formularios y contacto directo con el cliente. En conjunto, el entrevistado demuestra que la inteligencia artificial se utiliza como una herramienta complementaria para optimizar la comunicación escrita, mientras que la atención personalizada continúa siendo el eje principal del servicio. Estos resultados contribuyen a describir los tipos de la inteligencia artificial que adoptan los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos y evidencian que su uso se orienta principalmente al apoyo del personal y no a la sustitución de la interacción humana.

La entrevistada 2 indicó que el Hotel Naoz no utiliza herramientas de inteligencia artificial en los procesos de recepción ni de reservaciones. Explicó que la operación del hotel se desarrolla mediante plataformas y sistemas tradicionales de gestión, sin incorporar funciones propias de inteligencia artificial en las actividades diarias. En sus palabras, "realmente nosotros no la utilizamos a nivel de recepción ni de reservas, todo se opera por medio de sistemas tanto como son plataformas". Y señaló que el único uso ocasional de estas tecnologías corresponde al apoyo en la traducción de algunos textos o párrafos, lo cual representa una aplicación muy limitada dentro de la operación hotelera. En cuanto a los procesos relacionados con el registro de huéspedes, cobros e ingresos, manifestó que estos se realizan mediante sistemas previamente diseñados que no incorporan inteligencia artificial.

En términos generales, la entrevista menciona que el hotel mantiene un modelo de gestión basado principalmente en software convencional, sin haber integrado soluciones inteligentes para automatizar o mejorar los procesos de atención al cliente. Los aportes de la entrevistada permiten comprender una realidad diferente dentro del sector hotelero estudiado, ya que evidencian que la adopción de inteligencia artificial aún no es una práctica generalizada en todos los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos. De ese modo, sus aportes contribuyen al primer objetivo específico de la investigación, el cual busca describir los tipos de herramientas de inteligencia artificial utilizadas en los servicios de recepción y reservaciones en los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos.

La tercera entrevistada, indicó que las herramientas de inteligencia artificial utilizadas con mayor frecuencia son Canva, ChatGPT y Google Gemini, las cuales sirven principalmente como apoyo para elaborar comunicaciones escritas con los huéspedes, diseñar materiales relacionados con la experiencia del cliente y mejorar la redacción, coherencia y presentación de los textos. Asimismo, señaló que estas herramientas requieren supervisión humana para evitar errores y garantizar la calidad de la información proporcionada.

La entrevistada explicó que el hotel no utiliza inteligencia artificial para brindar atención automatizada en la recepción ni en el departamento de reservaciones, debido a que la organización mantiene un modelo de servicio altamente personalizado. Al respecto, manifestó que las interacciones con los huéspedes son realizadas directamente por el personal y no mediante

asistentes virtuales o chatbots. También señaló que el establecimiento no dispone de herramientas de inteligencia artificial para conocer automáticamente las preferencias de los clientes, que en su lugar, la información se obtiene mediante correos electrónicos personalizados, donde se consultan aspectos como alergias, celebraciones o necesidades especiales. Aunque algunos correos se envían de forma automatizada durante el proceso de reservación, las respuestas son gestionadas posteriormente por colaboradores del hotel, manteniendo una atención personalizada.

Los aportes de la entrevistada apoyan lo planteado en el primer objetivo específico de la investigación, orientado a describir los tipos de herramientas de inteligencia artificial utilizadas en los servicios de recepción y reservaciones en los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos. La información obtenida apunta a que el uso de la inteligencia artificial dentro del establecimiento se concentra principalmente en funciones de apoyo administrativo y comunicación escrita, más que en la automatización del servicio al cliente.

También la entrevistada señala que "Canva, ChatGPT y Gemini son como las que yo utilizo para interacciones con los clientes por escrito", además de emplearlas para elaborar tarjetas de bienvenida, generar ideas, realizar investigaciones y mejorar la redacción de textos. Este resultado demuestra que la inteligencia artificial se utiliza como una herramienta de asistencia para aumentar la productividad del personal, sin sustituir la intervención humana.

Otro aspecto de interés consiste en que la entrevistada enfatiza la necesidad de supervisar continuamente los contenidos generados por estas herramientas, indicando que "se requiere personal para supervisar para evitar errores". Este hallazgo pone de manifiesto que, aunque la inteligencia artificial facilita diversas tareas, la revisión por parte de los colaboradores continúa siendo indispensable para garantizar la calidad y precisión de la información brindada a los huéspedes.

En relación con los procesos de recepción y reservaciones, la entrevistada manifestó que el hotel no emplea herramientas de inteligencia artificial para la atención automatizada debido a su filosofía de servicio personalizado. En ese tanto, afirmó que "el servicio del hotel es personalizado, entonces no se usan herramientas de respuestas automáticas" y agregó que "reservaciones no

cuenta con servicios de inteligencia artificial, ellos personalizan mucho el servicio". Estas afirmaciones evidencian que la estrategia del establecimiento prioriza el contacto humano como elemento diferenciador de la experiencia del huésped.

Por otra parte, la entrevistada explicó que el hotel tampoco utiliza inteligencia artificial para identificar automáticamente las preferencias de los clientes. En su lugar, el personal obtiene esta información mediante correos personalizados y comunicación directa con los huéspedes. Aunque algunos mensajes son enviados automáticamente durante el proceso de reservación, destacó que "ellos responden al correo y se hace personal, no lo contesta la inteligencia", lo cual confirma que la automatización se limita al envío inicial de comunicaciones, mientras que la interacción continúa siendo gestionada por colaboradores.

En conjunto, los resultados permiten identificar que los tipos de inteligencia artificial utilizados en este establecimiento tiene un uso complementario, orientado principalmente al apoyo en tareas de comunicación y elaboración de contenidos, mientras que las actividades relacionadas con la atención directa al huésped y la gestión de reservaciones continúan desarrollándose mediante un modelo de servicio personalizado. Dichos aportes enriquecen el cumplimiento del primer objetivo específico de la investigación al demostrar que el nivel y tipo de utilización de herramientas de inteligencia artificial varía entre los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos y responde a las estrategias de servicio adoptadas por cada organización.

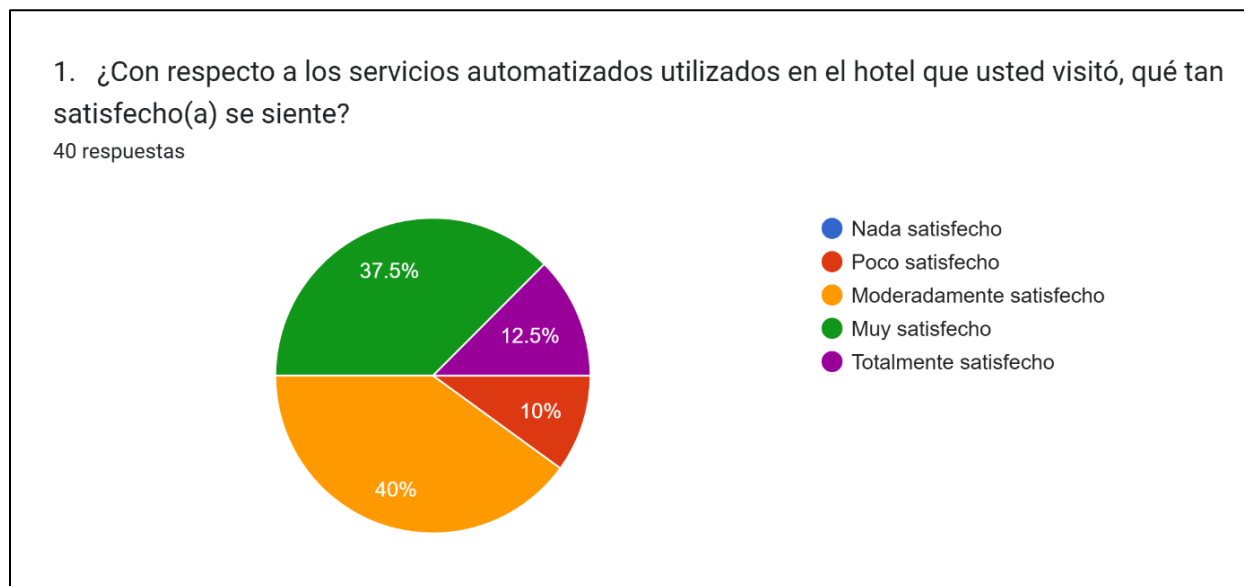
4.1.2 Percepción de los huéspedes sobre servicios asistidos por inteligencia artificial.

En este apartado se presentan y analizan los resultados de la aplicación del cuestionario dirigido a los huéspedes de los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos. El propósito de este instrumento fue recopilar información sobre la percepción y experiencia de los huéspedes respecto al uso de herramientas de inteligencia artificial en los servicios de recepción y reservaciones, en concordancia con los objetivos de la investigación.

Los datos recopilados fueron organizados, tabulados y analizados utilizando estadísticas descriptivas, gráficos y porcentajes para facilitar su comprensión e interpretación, lo que permitió identificar las preferencias en las respuestas de los participantes.

4.1.2.1 Nivel de satisfacción ante los servicios automatizados

Figura 1. Nivel de satisfacción ante los servicios automatizados.



Fuente: Elaboración propia.

Los resultados muestran que, de los 40 huéspedes encuestados, el 40% manifestó sentirse moderadamente satisfecho con los servicios automatizados ofrecidos por el hotel, mientras que el 37,5% indicó estar muy satisfecho. Por otra parte, el 12,5% afirmó sentirse totalmente satisfecho y únicamente el 10% expresó estar poco satisfecho. Mientras que ningún encuestado seleccionó la opción “Nada satisfecho”.

Se evidencia que el 90% de los encuestados presentan una percepción positiva (entre moderadamente satisfecho y totalmente satisfecho) con respecto a los servicios automatizados implementados en los establecimientos de hospedaje visitados. Lo que sugiere que las herramientas basadas en inteligencia artificial y otras tecnologías de automatización están siendo aceptadas favorablemente por los huéspedes, especialmente porque agilizan procesos como las reservaciones, la atención de consultas y el registro de ingreso y salida (check-in y check-out), favoreciendo una experiencia más eficiente y cómoda.

Esta pregunta responde al propósito de conocer el nivel de satisfacción de los huéspedes con respecto a los servicios automatizados apoyados por inteligencia artificial utilizados durante su experiencia en el hotel. La satisfacción del cliente es uno de los principales indicadores para evaluar la calidad del servicio, ya que permite identificar si la incorporación de herramientas tecnológicas responde a las necesidades y expectativas de los usuarios.

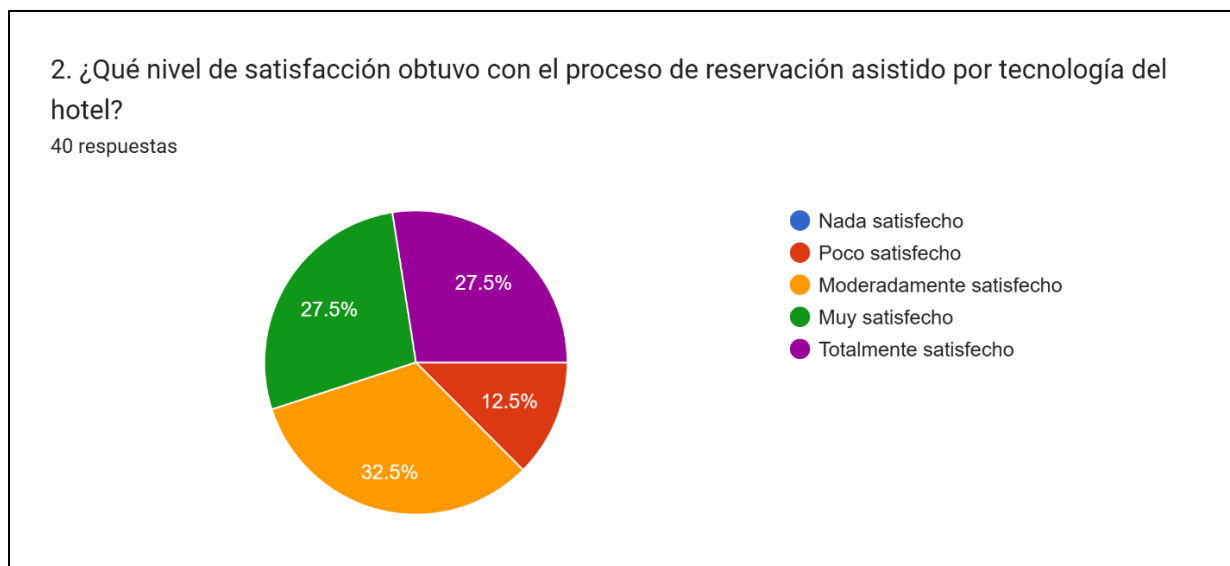
Con respecto a los objetivos de la investigación, la pregunta aporta información importante para responder al objetivo específico 2, el cual es analizar la percepción de los huéspedes acerca de los servicios asistidos por inteligencia artificial en los establecimientos hoteleros de Quepos durante el año 2025. El nivel de satisfacción constituye un indicador de la percepción que tienen los clientes sobre la utilidad, eficiencia y calidad de los servicios automatizados.

Por otro lado, los resultados contribuyen al cumplimiento del objetivo general, por que permiten analizar una de las principales implicaciones del uso de la inteligencia artificial en la gestión de los servicios de recepción y reservaciones, específicamente desde la perspectiva del usuario, quien es el principal beneficiario de estas tecnologías.

En cuanto al problema investigado, esta información ayuda a determinar si la implementación de la inteligencia artificial está logrando mejorar la experiencia del huésped y la calidad del servicio ofrecido por los establecimientos hoteleros del distrito de Quepos. El alto porcentaje de satisfacción obtenido sugiere que, en general, la incorporación de sistemas automatizados ha sido bien recibida por los clientes, lo que evidencia que la inteligencia artificial puede convertirse en una herramienta estratégica para fortalecer la competitividad, la eficiencia operativa y la innovación en el sector hotelero.

4.1.2.2 Satisfacción ante el proceso de reservación asistido por tecnología.

Figura 2. Satisfacción ante la reserva



Fuente: Elaboración propia

Los resultados indican que, de los 40 huéspedes encuestados, el 32,5 % manifestó sentirse moderadamente satisfecho con el proceso de reservación asistido por tecnología. Asimismo, el 27,5 % señaló estar muy satisfecho y otro 27,5 % indicó sentirse totalmente satisfecho. Por su parte, el 12,5 % expresó estar poco satisfecho, mientras que ningún participante manifestó sentirse nada satisfecho.

Estos datos reflejan que el 87,5 % de los encuestados presenta un nivel de satisfacción favorable respecto al proceso de reservación asistido por tecnología con inteligencia artificial. Este resultado evidencia que dichas herramientas contribuyen a facilitar el proceso de reserva, permitiendo a los huéspedes realizar sus gestiones de manera más rápida, organizada y accesible. Sin embargo, el porcentaje de personas poco satisfechas indica que aún existen aspectos susceptibles de mejora, como la facilidad de uso de las plataformas, la rapidez en la confirmación de reservas o la atención brindada cuando se presentan inconvenientes durante el proceso.

Esta pregunta se incorporó al cuestionario con el propósito de evaluar el nivel de satisfacción de los huéspedes con el proceso de reservación asistido por tecnología, ya que este constituye uno de los principales servicios donde la inteligencia artificial y la automatización

tienen mayor aplicación en la industria hotelera. De esa forma, conocer la opinión de los usuarios facilita identificar si las soluciones tecnológicas implementadas cumplen con sus expectativas en cuanto a rapidez, facilidad de uso, eficiencia y confiabilidad. Además, la información obtenida sirve para valorar si la incorporación de herramientas tecnológicas realmente mejora la experiencia del cliente desde el primer contacto con el establecimiento, que generalmente ocurre durante el proceso de reservación.

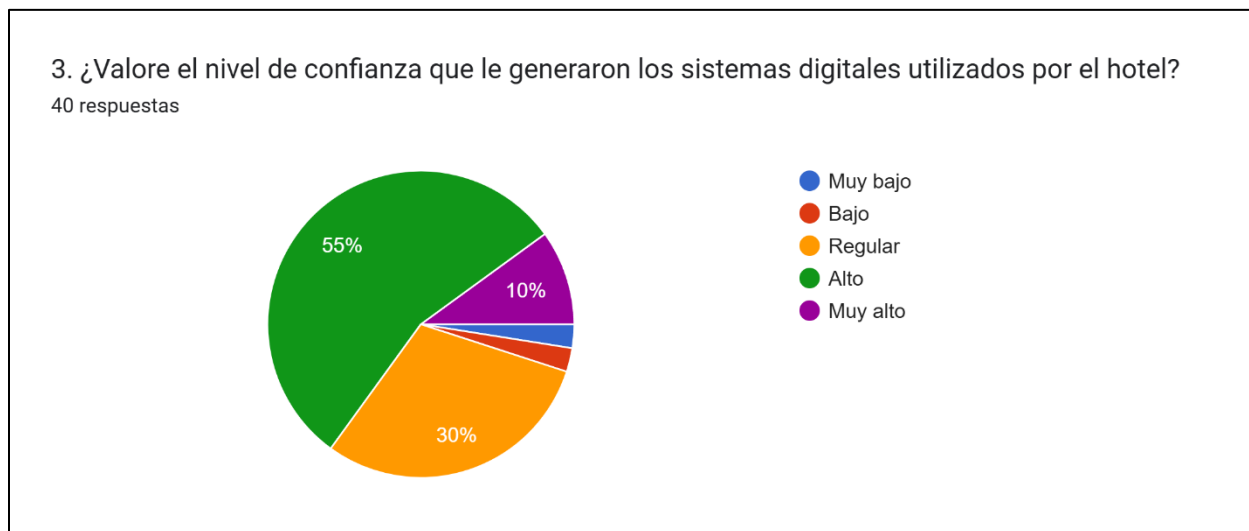
Los resultados de esta pregunta apoyan lo planteado en el objetivo específico 2, orientado a analizar la percepción de los huéspedes acerca de los servicios asistidos por inteligencia artificial en los establecimientos hoteleros de Quepos durante el año 2025. El nivel de satisfacción con el proceso de reservación representa un indicador relevante para comprender cómo perciben los clientes la eficiencia y calidad de las tecnologías utilizadas por los hoteles.

Se destaca que esta información aporta al cumplimiento del objetivo general de la investigación, ya que ayuda a analizar las implicaciones del uso de la inteligencia artificial en la gestión de los servicios de recepción y reservaciones, específicamente en una de las etapas más importantes de la experiencia del huésped: la gestión de la reserva.

En cuanto al problema de investigación, los resultados determinan si la implementación de tecnologías basadas en inteligencia artificial está contribuyendo a mejorar los procesos de reservación y la satisfacción de los clientes. El porcentaje alto de respuestas favorables evidencia que estas herramientas representan una oportunidad para optimizar la gestión hotelera, mejorar la experiencia del usuario y fortalecer la competitividad de los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos. No obstante, la presencia de un grupo de huéspedes poco satisfechos sugiere la necesidad de continuar perfeccionando estos sistemas para ofrecer un servicio más eficiente, intuitivo y personalizado.

4.1.2.3 Confianza ante los sistemas digitales

Figura 3. Nivel de confianza ante la reserva



Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran que, de los 40 huéspedes encuestados, el 55% calificó como alto el nivel de confianza que le generaron los sistemas digitales utilizados por el hotel. Además, el 30% consideró que su nivel de confianza fue regular, mientras que el 10% manifestó que fue muy alto. Por otra parte, únicamente el 2,5% indicó un nivel de confianza bajo y otro 2,5% señaló un nivel muy bajo.

Los resultados evidencian que el 65% de los encuestados percibe un alto o muy alto nivel de confianza en los sistemas digitales empleados por los establecimientos hoteleros, lo que refleja una valoración favorable hacia el uso de tecnologías para gestionar servicios como las reservaciones, los registros de ingreso y salida, los pagos electrónicos y la atención al cliente. Por otra parte, el hecho de que un 30% considere la confianza como regular sugiere que, aunque existe aceptación de estas herramientas, algunos huéspedes aún mantienen ciertas dudas relacionadas con la seguridad de la información, la protección de sus datos personales o la confiabilidad de los procesos automatizados.

Esta pregunta se realizó con el propósito de conocer el nivel de confianza que los huéspedes tienen en los sistemas digitales utilizados por los establecimientos hoteleros, ya que la misma constituye uno de los factores más importantes para la aceptación y el uso de tecnologías basadas en inteligencia artificial. Un huésped que confía en estos sistemas tiene mayor disposición para utilizarlos en procesos como la reservación, el check in, la realización de pagos y la solicitud de información o servicios. A su vez, esta información permite determinar si los hoteles están implementando herramientas tecnológicas que transmiten seguridad, confiabilidad y protección de los datos personales de sus clientes, aspectos fundamentales para ofrecer una experiencia de servicio satisfactoria.

Estos resultados se relacionan con el objetivo específico 2, orientado a analizar la percepción de los huéspedes acerca de los servicios asistidos por inteligencia artificial en los establecimientos hoteleros de Quepos durante el año 2025. La confianza es un indicador clave de dicha percepción, ya que muestra el grado de aceptación de las tecnologías implementadas y la disposición de los clientes para utilizarlas durante su experiencia de hospedaje.

Y dicha información es parte del cumplimiento del objetivo general, al analizarse una de las implicaciones primordiales del uso de la inteligencia artificial en la gestión de los servicios de recepción y reservaciones. Una percepción positiva al respecto favorece la eficiencia operativa y mejoran la experiencia del huésped, aspectos esenciales para la competitividad de los establecimientos de hospedaje.

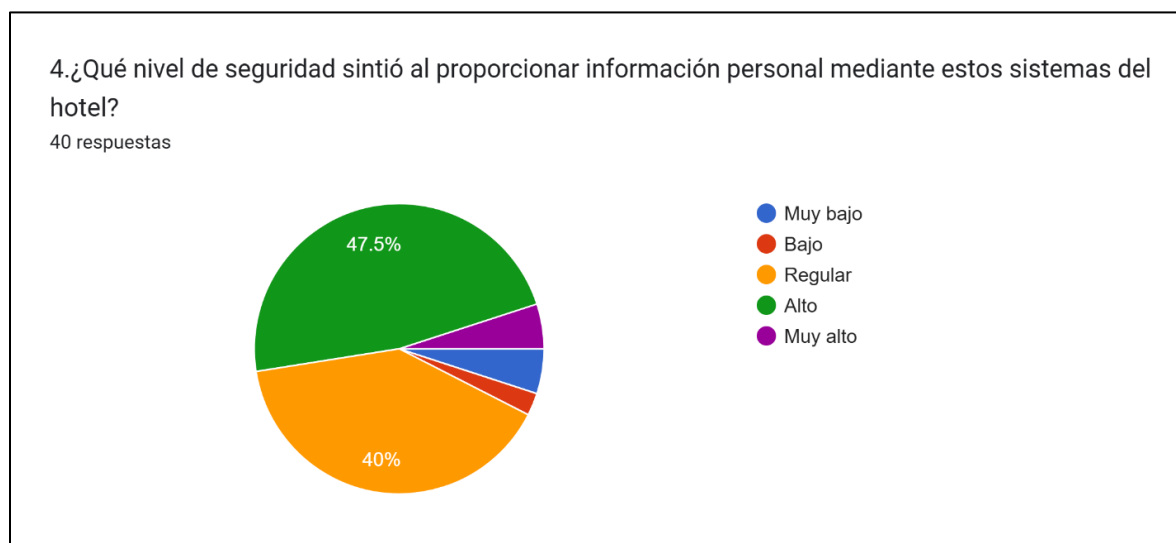
En cuanto al problema de investigación, los resultados permiten establecer si la incorporación de sistemas digitales apoyados por inteligencia artificial genera la confianza necesaria para que los huéspedes utilicen estos servicios de forma segura. Las respuestas con porcentajes altos de confianza alto y muy alto evidencia una aceptación favorable de estas herramientas tecnológicas.

No obstante, se aprecia que un grupo de participantes manifestó una confianza regular, baja o muy baja, que evidencia la importancia de continuar fortaleciendo aspectos como la seguridad informática, la protección de datos personales, la transparencia en el uso de la información y la

comunicación con los clientes, con el fin de incrementar la confianza y consolidar el uso de la inteligencia artificial en la gestión hotelera.

4.1.2.4 Seguridad percibida ante los sistemas utilizados por los hoteles

Figura 4. Seguridad percibida



Fuente: Elaboración propia

Los resultados indican que, de los 40 huéspedes encuestados, el 47,5% manifestó haber sentido un nivel de seguridad alto al proporcionar su información personal mediante los sistemas digitales del hotel. Asimismo, el 40% calificó su nivel de seguridad como regular, mientras que el 7,5% indicó haber experimentado un nivel de seguridad muy alto. Por otro lado, únicamente el 2,5% consideró que su nivel de seguridad fue bajo y otro 2,5% manifestó un nivel muy bajo.

En general, los resultados demuestran que el 55% de los huéspedes perciben un nivel alto o muy alto de seguridad, lo que evidencia que la mayoría confía en los mecanismos implementados por los establecimientos hoteleros para proteger su información personal durante procesos como las reservaciones, registros de ingreso, pagos electrónicos y otras gestiones digitales. Sin embargo, el hecho de que un 40% de los encuestados haya valorado la seguridad como regular, refleja que aún existe un grupo importante de clientes que mantiene cierto recelo con respecto al tratamiento

y protección de sus datos personales, aspecto que representa un desafío para los hoteles que incorporan tecnologías basadas en inteligencia artificial.

La pregunta se incorporó al instrumento de investigación para conocer la percepción de los huéspedes sobre el nivel de seguridad que experimentan al proporcionar información confidencial como nombres, documentos de identidad, datos de contacto y, en muchos casos, información financiera para completar los procesos de reservación y hospedaje. La información obtenida ayuda a evaluar si los sistemas utilizados generan la confianza suficiente para que los clientes compartan sus datos de manera segura, identificando posibles aspectos que requieren fortalecimiento en materia de seguridad informática y protección de la información.

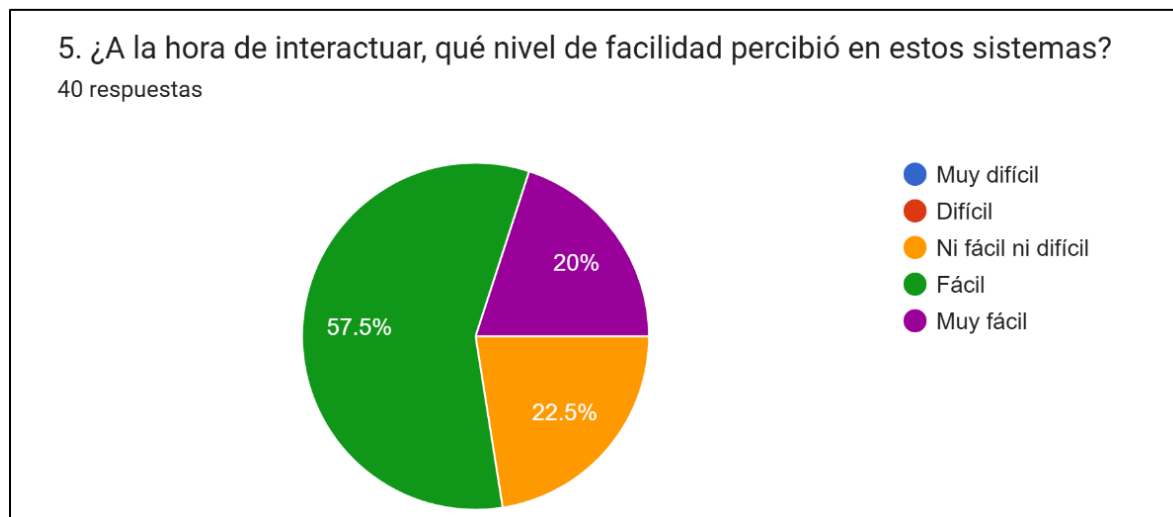
La pregunta está relacionada con el objetivo específico 2, orientado a analizar la percepción de los huéspedes acerca de los servicios asistidos por inteligencia artificial en los establecimientos hoteleros de Quepos durante el año 2025, que constituye un indicador para comprender el grado de aceptación de estas tecnologías y su influencia en la experiencia del cliente.

También aporta al cumplimiento del objetivo general, al analizarse una de las principales implicaciones del uso de la inteligencia artificial en la gestión de los servicios de recepción y reservaciones, que es la protección de los datos personales, es un elemento indispensable para el funcionamiento de los sistemas inteligentes y para garantizar una experiencia de servicio eficiente, confiable y de calidad.

Para el problema de investigación, estos resultados valoran si la implementación de herramientas de inteligencia artificial en los establecimientos hoteleros, genera las condiciones necesarias para que los huéspedes se sientan seguros al compartir su información personal. Aunque los resultados muestran una valoración positiva, la presencia de un porcentaje considerable de respuestas como regular, muestra la necesidad de fortalecer las políticas de protección de datos, la ciberseguridad y la transparencia en el tratamiento de la información; estas acciones contribuirán a incrementar la confianza de los usuarios y favorecerán una adopción más amplia de las tecnologías inteligentes en la gestión hotelera.

4.1.2.5 Facilidad percibida en estos sistemas

Figura 5. Facilidad percibida



Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran que, de los 40 huéspedes encuestados, el 57,5% manifestó que la interacción con los sistemas digitales del hotel fue fácil, mientras que el 20% la calificó como muy fácil. Por otra parte, el 22,5% consideró que la experiencia fue ni fácil ni difícil, y ningún participante seleccionó las opciones difícil o muy difícil. Por lo tanto, los resultados evidencian que el 77,5% de los huéspedes percibe que los sistemas digitales con inteligencia artificial son fáciles o muy fáciles de utilizar, lo que demuestra que las plataformas tecnológicas implementadas por los establecimientos hoteleros presentan un nivel adecuado de uso.

Estos resultados denotan que los procesos asistidos por inteligencia artificial, como las reservaciones, el registro de ingreso y salida (check-in y check-out), la atención automatizada y otros servicios digitales, son comprensibles y accesibles para la mayoría de los usuarios. Pero el porcentaje de respuestas neutrales (22,5%) plantea que algunos huéspedes consideran que aún existen aspectos que podrían mejorarse para hacer la interacción más sencilla.

La consulta se realizó para evaluar la facilidad de uso de los sistemas digitales implementados por los establecimientos hoteleros, ya que la facilidad de interacción es uno de los

factores que permiten la aceptación de tecnologías basadas en inteligencia artificial. Un sistema que resulta sencillo de utilizar mejora la experiencia del huésped, reduce el tiempo necesario para realizar diferentes gestiones y favorece una mayor satisfacción con el servicio recibido. Asimismo, conocer la percepción de los usuarios con respecto a la facilidad de uso, permite identificar si las herramientas tecnológicas cuentan con interfaces claras, procesos intuitivos y funciones que faciliten la interacción de personas con diferentes niveles de experiencia en el uso de plataformas digitales.

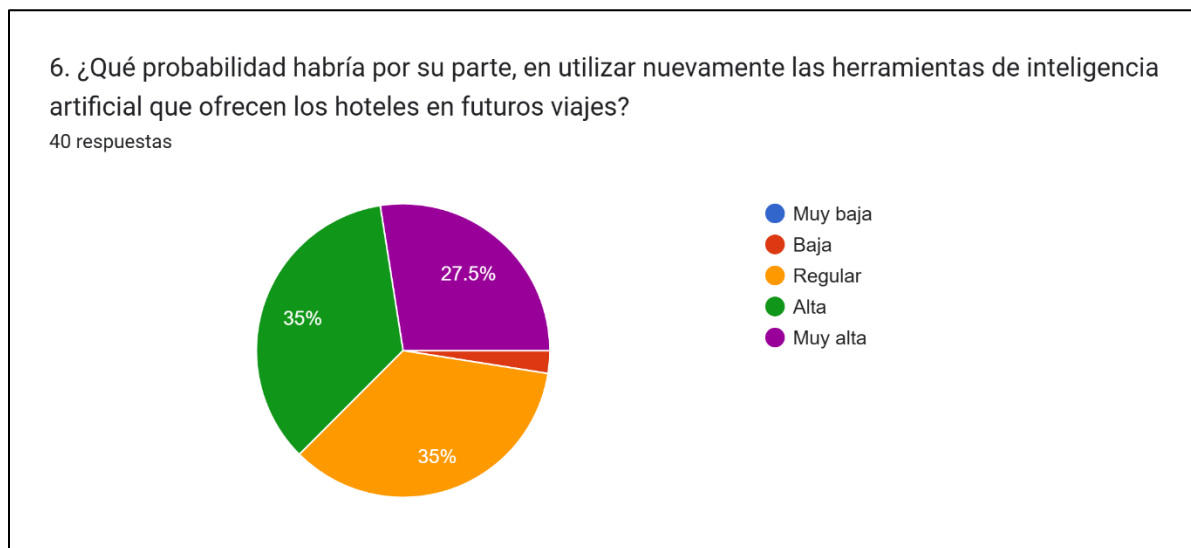
Estos resultados aportan información al objetivo específico 2, el cual busca analizar la percepción de los huéspedes acerca de los servicios asistidos por inteligencia artificial en los establecimientos hoteleros de Quepos durante el año 2025. La facilidad de uso es un indicador importante para evaluar la aceptación de estas tecnologías, ya que influye en la satisfacción, confianza y disposición de los clientes para utilizar los servicios automatizados.

De igual forma, esta información aporta al cumplimiento del objetivo general de la investigación, al permitir analizar las implicaciones que tiene el uso de la inteligencia artificial en la gestión de los servicios de recepción y reservaciones, mostrando que una interfaz amigable y de fácil utilización favorece la eficiencia de los procesos, mejora la experiencia del huésped y fortalece la percepción positiva sobre la innovación tecnológica implementada por los hoteles. En relación con el problema de investigación, los resultados determinan si las herramientas tecnológicas utilizadas en los establecimientos hoteleros responden a las necesidades y expectativas de los usuarios.

Adicionalmente, que ningún encuestado haya considerado los sistemas como difíciles o muy difíciles de utilizar, comprueba que la implementación de tecnologías basadas en inteligencia artificial presenta un alto grado de aceptación y de uso. No obstante, el porcentaje de respuestas neutrales muestra la conveniencia de continuar mejorando el diseño de las plataformas, simplificando los procesos y ofreciendo orientación cuando sea necesario, con el fin de garantizar una experiencia aún más accesible y satisfactoria para todos los huéspedes.

4.1.2.6 Probabilidad de reutilización de herramientas de IA en futuros viajes

Figura 6. Probabilidad de reutilización de herramientas de IA en futuros viajes



Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con los resultados, el 35% de los encuestados manifestó una alta probabilidad de volver a utilizar las herramientas de inteligencia artificial en futuros viajes, mientras que otro 27,5% indicó una muy alta probabilidad, lo que representa un 62,5% de aceptación positiva. Por su parte, el 35% expresó una probabilidad regular, evidenciando que, aunque la experiencia fue aceptable, aún existen aspectos susceptibles de mejora para incrementar su confianza y satisfacción. Finalmente, solo el 2,5% señaló una baja probabilidad y ningún encuestado indicó una muy baja probabilidad de volver a utilizar estas herramientas.

Los resultados evidencian una actitud favorable de los huéspedes hacia la implementación de tecnologías basadas en inteligencia artificial en los procesos de recepción y reservaciones. La elevada intención de uso en el futuro sugiere que los sistemas automatizados ayudan a mejorar la experiencia del cliente al ofrecer mayor rapidez, comodidad y disponibilidad en la prestación de los servicios. Pero el porcentaje de respuestas ubicadas en el nivel regular indica la necesidad de continuar mejorando estas herramientas para brindar una atención más personalizada, intuitiva y eficiente.

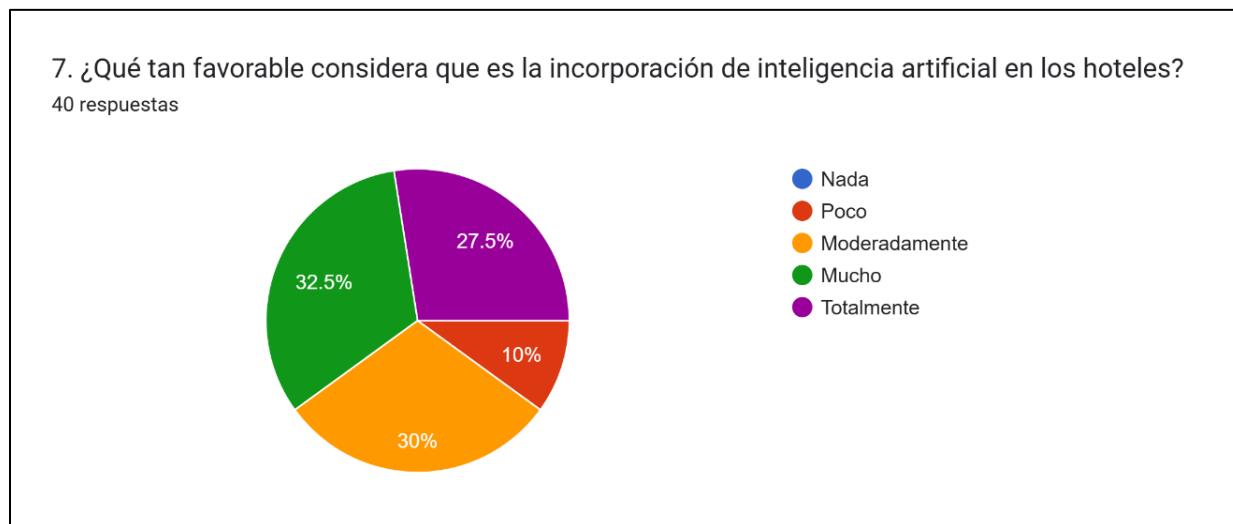
Esta pregunta tiene como finalidad conocer el nivel de aceptación e intención de uso en el futuro de las herramientas de inteligencia artificial implementadas por los establecimientos hoteleros. La buena disposición de los huéspedes es un indicador de la experiencia obtenida durante su interacción con los servicios automatizados, permitiendo determinar si las soluciones de inteligencia artificial generan confianza, satisfacción y valor agregado para el cliente. Asimismo, esta información permite evaluar el potencial de continuidad y adopción de estas tecnologías dentro del sector hotelero.

Lo indagado con esta pregunta complementa el objetivo específico 2, el cual busca analizar la percepción de los huéspedes acerca de los servicios asistidos por inteligencia artificial en los establecimientos hoteleros de Quepos durante el año 2025. La intención de volver a utilizar estas herramientas constituye un indicador del grado de aceptación de la tecnología y de la satisfacción generada por los servicios automatizados.

Se destaca que dichos resultados ayudan a responder parcialmente al problema de investigación, al evidenciar que la implementación de inteligencia artificial en los servicios de recepción y reservaciones, es valorada positivamente por la mayoría de los huéspedes y presenta un alto potencial de aceptación futura. De esa forma, se demuestra que la IA puede fortalecer la competitividad de los establecimientos hoteleros, mediante la mejora de la experiencia del cliente y de los procesos de atención, siempre que las soluciones tecnológicas continúen evolucionando para responder a las expectativas de los usuarios.

4.1.2.7 Uso de herramientas de IA para conocer las preferencias de los clientes

Figura 7. Herramientas de IA para conocer las preferencias de los clientes



Fuente: Elaboración Propia

Los resultados señalan una percepción positiva hacia la incorporación de la inteligencia artificial en los hoteles. Del total de los 40 encuestados, el 32,5% considera que su implementación es muy favorable, mientras que el 27,5% la califica como totalmente favorable. En conjunto, estas respuestas representan un 60% de opiniones positivas, evidenciando una importante aceptación de estas tecnologías por parte de los huéspedes.

Por otra parte, el 30% de los participantes manifestó una opinión moderadamente favorable, lo que indica que, aunque reconocen las ventajas de la inteligencia artificial, consideran que aún existen aspectos que pueden mejorarse para ofrecer una experiencia más satisfactoria. Por último, solamente el 10% expresó una percepción poco favorable, mientras que ningún encuestado seleccionó la opción nada favorable, reflejando una baja resistencia hacia la incorporación de estas herramientas tecnológicas.

En general, los resultados indican que los huéspedes perciben la inteligencia artificial como un elemento que contribuye a modernizar los servicios hoteleros, agilizar los procesos de atención y mejorar la calidad del servicio. Asimismo, sugieren que los clientes muestran una actitud positiva

hacia la innovación tecnológica, siempre que esta complemente la atención personalizada y responda de manera eficiente a sus necesidades.

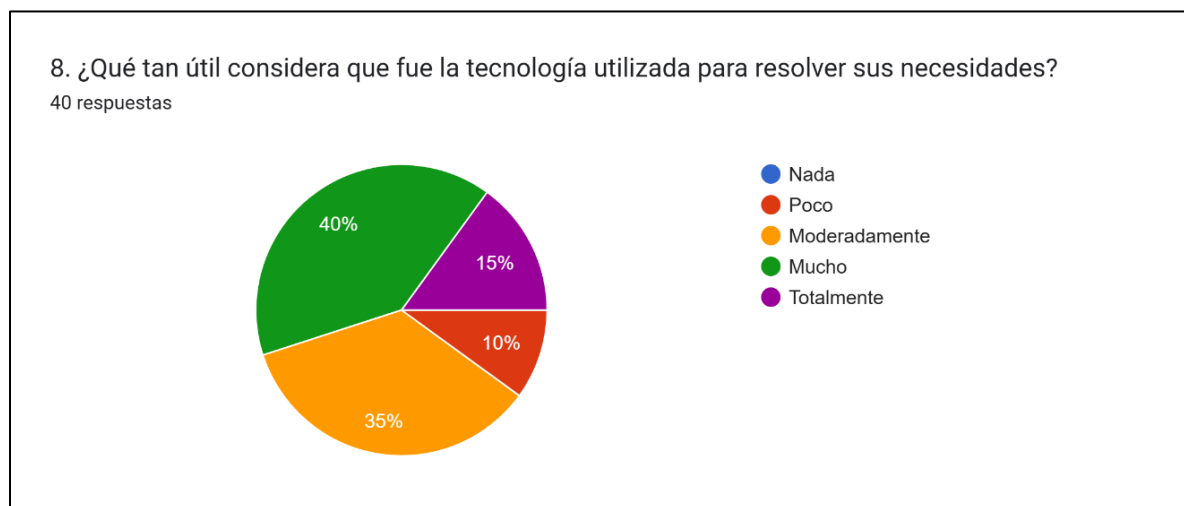
Esta pregunta tiene como propósito conocer la percepción general de los huéspedes respecto a la incorporación de la inteligencia artificial en los establecimientos hoteleros. Su finalidad es determinar el grado de aceptación de estas tecnologías y valorar si los usuarios consideran que su implementación aporta beneficios en la prestación de los servicios de recepción y reservaciones. Además, permite identificar el nivel de disposición de los clientes hacia la innovación tecnológica dentro del sector hotelero, aspecto fundamental para valorar la continuidad de soluciones basadas en inteligencia artificial.

Además, con esto se contribuye al cumplimiento del objetivo específico 2, orientado a analizar la percepción de los huéspedes acerca de los servicios asistidos por inteligencia artificial en los establecimientos hoteleros del distrito de Quepos durante el año 2025. La información obtenida permite conocer el nivel de aceptación de la inteligencia artificial como herramienta para mejorar la experiencia del cliente y fortalecer la calidad de los servicios de recepción y reservaciones.

Con estos resultados se aporta evidencia para responder al problema de investigación, demostrando que la mayoría de los huéspedes mantiene una percepción favorable hacia la incorporación de la inteligencia artificial en los hoteles, lo que permite inferir que estas representan una oportunidad para incrementar la eficiencia operativa y la competitividad del sector hotelero, siempre que su implementación se realice de manera equilibrada y mantenga un adecuado componente de atención humana.

4.1.2.8 Utilidad de la tecnología para resolver las necesidades del huésped

Figura 8. Herramientas de IA para conocer las preferencias de los clientes



Fuente: Elaboración Propia

Los resultados evidencian una valoración positiva respecto a la utilidad de la tecnología empleada por los hoteles. Del total de los 40 encuestados, el 40% considera que la tecnología fue muy útil para resolver sus necesidades, mientras que un 15% indicó que fue totalmente útil, sumando un 55% de opiniones altamente favorables.

A la vez, el 35% de los participantes calificó la utilidad de la tecnología como moderada, lo que refleja que, aunque las herramientas tecnológicas cumplieron con su función, todavía existen oportunidades de mejora para responder de manera más eficiente a las necesidades de los huéspedes. Por otro lado, únicamente el 10% manifestó que la tecnología fue poco útil, mientras que ningún encuestado consideró que no hubiera sido útil en absoluto.

Los resultados resaltan que las herramientas tecnológicas implementadas en los hoteles contribuyen de manera significativa a facilitar la atención al cliente y la gestión de los servicios de recepción y reservaciones. Sin embargo, la presencia de respuestas moderadas sugiere la conveniencia de seguir fortaleciendo estas soluciones mediante interfaces más intuitivas, respuestas más personalizadas y una mejor integración con la atención humana. Esta pregunta tiene

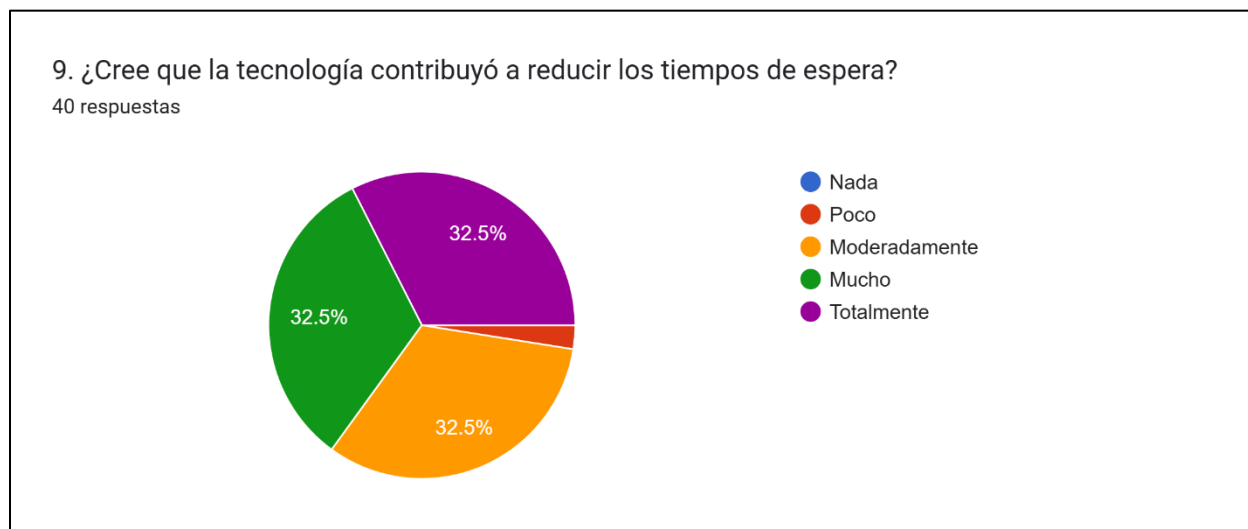
como propósito evaluar la percepción de los huéspedes sobre la utilidad de las herramientas tecnológicas e inteligencia artificial implementadas por los establecimientos hoteleros para atender sus necesidades durante los procesos de recepción y reservaciones, con ella se busca determinar si la tecnología realmente aporta valor a la experiencia del cliente, facilitando la obtención de información, la realización de reservaciones y la resolución de consultas de forma rápida y eficiente. Además, permite conocer si las soluciones tecnológicas cumplen con las expectativas de los usuarios y satisfacen sus requerimientos durante su interacción con el hotel.

Esta pregunta forma parte del objetivo específico 2, que pretende analizar la percepción de los huéspedes acerca de los servicios asistidos por inteligencia artificial en los establecimientos hoteleros del distrito de Quepos durante el año 2025. La utilidad percibida de estas herramientas constituye un indicador importante para evaluar la aceptación y efectividad de la inteligencia artificial en la prestación de los servicios.

Asimismo, los resultados son útiles para responder al problema de investigación, al demostrar que la mayoría de los huéspedes considera que la tecnología utilizada aporta beneficios importantes para satisfacer sus necesidades durante la interacción con el hotel, evidenciando que la implementación de herramientas basadas en inteligencia artificial favorece la optimización de los procesos de recepción y reservaciones y mejora la experiencia del cliente, aunque aún existen oportunidades para perfeccionar su funcionamiento y elevar los niveles de satisfacción de los usuarios.

4.1.2.9 Contribución de la tecnología a la reducción de los tiempos de espera

Figura 9. Tecnología y reducción de los tiempos de espera



Fuente: Elaboración Propia

Los resultados reflejan una valoración positiva sobre la contribución de la tecnología en la reducción de los tiempos de espera. Del total de 40 encuestados, el 32,5% considera que la tecnología contribuyó mucho a disminuir los tiempos de espera, mientras que otro 32,5% afirma que totalmente logró este propósito. En conjunto, ambas categorías representan un 65% de opiniones altamente favorables, lo que evidencia que la mayoría de los huéspedes percibe beneficios importantes derivados de la utilización de herramientas tecnológicas en los procesos de atención.

Además, el 32,5% de los participantes indicó que la tecnología contribuyó moderadamente, lo que sugiere que, aunque se observaron mejoras en la rapidez del servicio, todavía existen oportunidades para optimizar algunos procesos y hacer más eficiente la atención al cliente. Finalmente, solo el 2,5% consideró que la tecnología contribuyó poco a reducir los tiempos de espera y ningún encuestado seleccionó la opción nada, lo que demuestra un nivel muy bajo de insatisfacción con respecto a este aspecto.

Esta pregunta tiene como objetivo conocer la percepción de los huéspedes respecto a la capacidad de las herramientas tecnológicas e inteligencia artificial para agilizar los procesos de

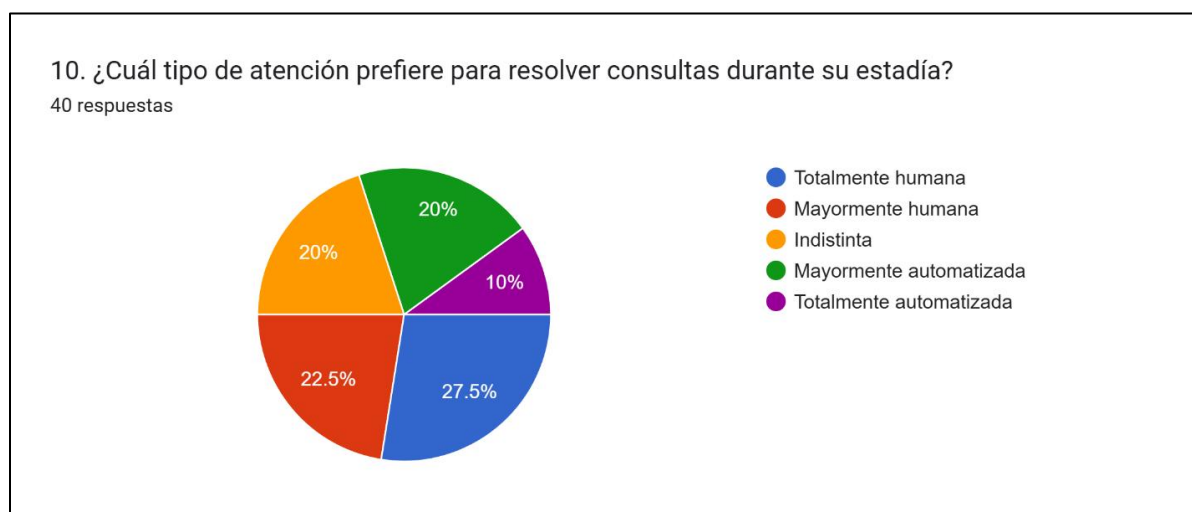
atención en los establecimientos hoteleros. La reducción en los tiempos de espera constituye uno de los beneficios esperados de la implementación de tecnologías en los servicios de recepción y reservaciones, por lo que esta información contribuye a evaluar si los usuarios perciben una mejora en la rapidez y eficiencia del servicio recibido.

La consulta realizada aporta al cumplimiento del objetivo específico 2, orientado a analizar la percepción de los huéspedes acerca de los servicios asistidos por inteligencia artificial en los establecimientos hoteleros del distrito de Quepos durante el año 2025. La reducción de los tiempos de espera es un indicador de la eficiencia percibida por los usuarios y permite valorar los beneficios asociados a la implementación de la inteligencia artificial en la gestión hotelera.

En general, dichos resultados contribuyen a responder el problema de investigación, al subrayar que la mayoría de los huéspedes piensan que las herramientas tecnológicas han contribuido significativamente a agilizar la atención en los servicios de recepción y reservaciones, lo que demuestra que la incorporación de inteligencia artificial, favorece la optimización de los procesos operativos y mejora la experiencia del cliente, fortaleciendo la competitividad y la calidad del servicio ofrecido por los establecimientos hoteleros.

4.1.2.10 Preferencia del tipo de atención durante la estadía

Figura 10. Tipo de atención durante la estadía



Fuente: Elaboración Propia

Los resultados comprueban que la preferencia de los huéspedes se inclina principalmente hacia la atención humana. Del total de los 40 encuestados, el 27,5% manifestó preferir una atención totalmente humana, mientras que el 22,5% optó por una atención mayormente humana. En conjunto, estas respuestas representan el 50% de la muestra, lo que evidencia que la mitad de los huéspedes continúa valorando el contacto directo con el personal del hotel para resolver sus consultas.

Por su parte, el 20% indicó que le resulta indistinto recibir atención humana o automatizada, lo que refleja una actitud flexible y una mayor apertura hacia el uso de herramientas tecnológicas. Y otro 20% expresó preferir una atención mayormente automatizada, reconociendo las ventajas que ofrecen las tecnologías en términos de rapidez y disponibilidad. Al final, solamente el 10% señaló que prefiere una atención totalmente automatizada, lo que demuestra que, aunque existe aceptación hacia la inteligencia artificial, una proporción reducida de los huéspedes está dispuesta a sustituir completamente la interacción humana.

En resumen, los resultados previos evidencian que los huéspedes valoran la incorporación de la inteligencia artificial como un complemento que mejora la eficiencia de los servicios hoteleros; pero, la mayoría considera importante mantener la participación del personal humano en la atención al cliente. Esto sugiere que un modelo de atención híbrido, que combine tecnología y trato personalizado, responde mejor a las necesidades y expectativas de los usuarios

Esta pregunta busca identificar las preferencias de los huéspedes respecto al tipo de atención que consideran más adecuada para resolver sus consultas durante la estadía en un establecimiento hotelero. La información obtenida permite determinar el nivel de aceptación de los servicios automatizados basados en inteligencia artificial, en comparación con la atención brindada por el personal humano. A su vez, facilita conocer si los huéspedes prefieren una interacción tradicional, automatizada o una combinación de ambas, aspecto importante para que los hoteles diseñen estrategias de atención que respondan a las expectativas de sus clientes.

Esta pregunta es parte del cumplimiento del objetivo específico 2, que busca analizar la percepción de los huéspedes acerca de los servicios asistidos por inteligencia artificial en los

establecimientos hoteleros del distrito de Quepos durante el año 2025. Las preferencias de los clientes permiten comprender el grado de aceptación de la inteligencia artificial y el papel que esperan que desempeñe dentro de la prestación de los servicios de recepción y reservaciones.

En definitiva, estos resultados aportan evidencia para responder al problema de investigación, al demostrar que, aunque los huéspedes reconocen los beneficios de las herramientas basadas en inteligencia artificial, la mayoría aún prefiere mantener el contacto humano durante la atención. Y esto indica que la implementación de inteligencia artificial en los establecimientos hoteleros debe orientarse hacia un modelo de atención complementario, en el que la tecnología optimice los procesos operativos sin reemplazar completamente la interacción personal, favoreciendo así una experiencia más satisfactoria para el huésped.

4.1.3 Desafíos y limitaciones que enfrentan los establecimientos hoteleros en el uso de inteligencia artificial, en los establecimientos hoteleros de Quepos, durante el año 2025

A continuación, se realiza la presentación y análisis de la información recopilada de los sujetos de estudio, en este caso gerentes de hotel o del área de recepción y reservaciones de hoteles del distrito de Quepos, para lo cual se utilizó una entrevista estructurada con tres miembros de dichas áreas, obteniendo los siguientes resultados.

4.1.3.1. Características del personal de gerencia hotelera

La selección de la entrevistada 4 se justifica por su amplia trayectoria profesional en la industria hotelera, donde acumula más de 20 años de experiencia desempeñándose en áreas estratégicas como recepción, reservaciones, operaciones y gerencia de reservaciones. Su formación como Licenciada en Administración de Empresas Turísticas, junto con su experiencia laboral en establecimientos como Hotel Boutique Jade, Hotel Balmoral y Hotel Arenas del Mar, le proporciona un conocimiento integral sobre la operación de los servicios de hospedaje y la incorporación de herramientas tecnológicas en dichos procesos.

Cabe destacar que su posición gerencial le permite comprender tanto los aspectos operativos como los administrativos relacionados con la implementación de la inteligencia artificial, siendo

una fuente de información confiable y pertinente para analizar las implicaciones del uso de estas tecnologías en los procesos de recepción y reservaciones en establecimientos de hospedaje.

El entrevistado 5 es Gerente de Operaciones y Reservaciones de Hotel La Posada Jungle, con experiencia en la administración de hoteles boutique, atención al cliente, gestión de reservaciones y coordinación de procesos operativos apoyados por herramientas tecnológicas, con 7 años de servicio. Anteriormente trabajo en Hotel Villas Sol, Playa Hermosa Guanacaste; Hotel Parador, Manuel Antonio; Hotel La Mansion Inn, Manuel Antonio, funciones ejercidas históricamente: recepción/ reservas/ mercadeo y ventas / Operaciones. La selección del entrevistado se justifica por su amplia experiencia en la industria hotelera y por desempeñarse actualmente como Gerente de Operaciones y Reservaciones del Hotel La Posada Jungle,

Se suma que su trayectoria profesional y su posición estratégica dentro de la organización le permiten conocer de manera integral los procesos de implementación de herramientas tecnológicas, así como los beneficios, limitaciones y desafíos que representa la incorporación de la inteligencia artificial en las áreas de recepción y reservaciones. Por ello, su experiencia constituye una fuente de información confiable y pertinente para el desarrollo de la presente investigación.

La selección del entrevistado 6 se justifica por desempeñarse como Gerente General del Hotel Pumilio Mountain and Ocean Hotel, cargo que ocupa desde hace dos años y que le permite participar directamente en la toma de decisiones relacionadas con la gestión operativa, la implementación de tecnologías y la administración de los servicios de recepción y reservaciones. Además, cuenta con una amplia trayectoria en el sector hotelero, habiendo laborado en reconocidos establecimientos como Hotel Parador, Hotel Makanda, Hotel Gaia y Hotel Planeta Sano, donde ejerció funciones de Gerencia General y Gerencia de Alimentos y Bebidas.

Además de su experiencia profesional, su posición estratégica le brinda una visión integral sobre las ventajas, desafíos y procesos de implementación de herramientas de inteligencia artificial en la operación hotelera, convirtiéndolo en un informante clave para el cumplimiento de los objetivos de esta investigación.

4.1.3.2 Desafíos y limitaciones en el uso de inteligencia artificial.

Durante la entrevista, la participante 4 manifestó que la principal motivación para implementar herramientas de inteligencia artificial en los hoteles, consiste en optimizar los tiempos de respuesta al cliente, mediante tecnologías como los chatbots, sin sustituir completamente la atención humana, ya que algunos huéspedes continúan prefiriendo el contacto directo con un colaborador.

Con respecto a los costos de implementación, indicó que existen herramientas de bajo costo, como Google Gemini, Copilot o Canva, mientras que la actualización de sistemas de gestión hotelera (PMS) representa inversiones considerablemente mayores. En este sentido, señaló que las organizaciones deben evaluar cuidadosamente la relación costo-beneficio antes de realizar cambios tecnológicos.

A su vez, destacó que uno de los principales desafíos es la resistencia al cambio por parte del personal, especialmente debido al temor de ser reemplazados por la inteligencia artificial por lo que considera que la comunicación organizacional y la capacitación constituyen elementos fundamentales para facilitar la adopción de estas herramientas.

La entrevistada también identificó problemas técnicos frecuentes, como la incapacidad de algunos sistemas para interpretar correctamente las consultas de los usuarios, situación que puede generar frustración y afectar la experiencia del cliente. Además, enfatizó la importancia de contar con una conexión estable a Internet, debido a que las fallas de conectividad provocan retrasos operativos, pérdida de información y afectaciones económicas para el hotel.

En relación con la seguridad de la información, señaló que es indispensable implementar políticas de confidencialidad, accesos restringidos y mecanismos de control para proteger los datos personales de los huéspedes. Por último, recomendó fortalecer la capacitación del personal, comunicar adecuadamente los beneficios en el uso de la inteligencia artificial y evaluar estratégicamente las áreas donde estas tecnologías generen mayor eficiencia operativa y mejor experiencia para el cliente.

Los aportes de la entrevistada 4 en relación con el primer objetivo específico, orientado a describir las herramientas de inteligencia artificial utilizadas en los servicios de recepción y reservaciones, identifica el uso de chatbots, asistentes inteligentes y plataformas tecnológicas que agilizan la atención al cliente y optimizan los procesos internos. Sin embargo, enfatiza que estas herramientas deben complementar y no sustituir totalmente la interacción humana, afirmando que, *"siempre contar con la opción de contactar directamente a un agente"*, debido a que no todos los huéspedes se sienten cómodos utilizando únicamente sistemas automatizados.

En cuanto al tercer objetivo específico, enfocado en identificar los desafíos y limitaciones de la implementación de la inteligencia artificial en los hoteles, la entrevistada señala diversos factores críticos, entre ellos: los elevados costos de algunas tecnologías, la resistencia al cambio del personal, los problemas de conectividad, la necesidad de proteger la información de los huéspedes y la importancia de contar con planes de contingencia ante posibles fallas de los sistemas digitales. Estos elementos evidencian que la adopción de la inteligencia artificial no depende únicamente de la adquisición tecnológica, sino también de factores organizacionales, económicos y humanos que establecen su éxito.

En conjunto, la información obtenida fortalece la comprensión del fenómeno estudiado al demostrar que, la inteligencia artificial constituye una herramienta con alto potencial para mejorar la eficiencia operativa y la atención al cliente; sin embargo, su implementación requiere procesos de planificación, capacitación, inversión tecnológica y gestión del cambio organizacional. Como expresa la entrevistada, *"Lo principal es la comunicación y capacitación al personal"*, destacando que el éxito de estas tecnologías depende tanto del factor humano como de la infraestructura tecnológica disponible.

En resumen, los resultados de esta entrevista dan evidencia oportuna para responder la pregunta de investigación, al confirmar que las implicaciones del uso de la inteligencia artificial en los servicios de recepción y reservaciones abarcan beneficios relacionados con la eficiencia y la experiencia del cliente, pero también desafíos vinculados con la inversión, la capacitación, la aceptación del personal y la continuidad operativa de los sistemas tecnológicos.

Durante la entrevista 5, el gerente manifestó que la implementación de herramientas de inteligencia artificial ha permitido mejorar la eficiencia en la atención al huésped, agilizar el proceso de reservaciones, reducir los tiempos de respuesta y disminuir errores operativos. También señaló que, aunque la inversión económica para adquirir y mantener estas tecnologías puede ser significativa, especialmente para hoteles boutique, los beneficios obtenidos compensan los costos mediante una mayor eficiencia operativa y una mejor utilización del tiempo del personal.

El entrevistado 5 manifestó que, durante las primeras etapas de implementación, algunos colaboradores mostraron resistencia debido al desconocimiento de la tecnología y al temor de ser reemplazados; sin embargo, explicó que la capacitación continua permitió incrementar la aceptación y facilitar la integración de estas herramientas en la operación diaria. Entre los principales problemas técnicos mencionó las fallas de conectividad, la sincronización entre plataformas de reservaciones y las interrupciones ocasionadas por actualizaciones de software. Además, resaltó que la conectividad resulta indispensable para la operación del hotel, ya que influye directamente en la gestión de reservaciones, los pagos electrónicos y la atención oportuna de los huéspedes.

Al mismo tiempo, el entrevistado explicó que el hotel implementa medidas de seguridad informática, controles de acceso y políticas de confidencialidad para proteger la información de los clientes, además de recomendar la capacitación constante del personal, el fortalecimiento de la infraestructura tecnológica y la promoción de una cultura organizacional que considere la inteligencia artificial como un apoyo al trabajo humano.

Los aportes del entrevistado contribuyen de manera significativa al tercer objetivo específico de la investigación, orientado a analizar los desafíos y limitaciones que enfrentan los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos en la implementación de herramientas de inteligencia artificial en los servicios de recepción y reservaciones.

Este entrevistado puso en evidencia que, uno de los principales desafíos corresponde a la inversión económica requerida para incorporar estas tecnologías, aunque el entrevistado reconoce que los costos de adquisición, mantenimiento y actualización representan un esfuerzo importante,

especialmente para hoteles boutique, considera que estos se justifican debido a los beneficios obtenidos en términos de eficiencia operativa.

Al respecto, añade que *"los beneficios obtenidos en ahorro de tiempo, optimización del trabajo del personal y aumento en la eficiencia operativa compensan la inversión"*. Esta afirmación refleja que la adopción de inteligencia artificial implica una evaluación constante entre los recursos financieros disponibles y el valor agregado que generan estas herramientas.

Otro desafío identificado corresponde a la resistencia inicial del personal frente a la incorporación de nuevas tecnologías, explica que *"algunos colaboradores mostraron incertidumbre, principalmente por desconocimiento de la tecnología y el temor de que pudiera reemplazar algunas funciones"*. Aunque también destaca que la capacitación permitió disminuir esta resistencia, demostrando que la gestión del cambio organizacional constituye un elemento determinante para el éxito de la implementación de la inteligencia artificial.

Desde el punto de vista tecnológico, la entrevista pone de manifiesto que la operación depende considerablemente de una infraestructura informática estable y que dentro de las principales limitaciones se encuentran las fallas de conexión a internet, los problemas de sincronización entre plataformas de reservaciones y las actualizaciones de software que pueden ocasionar interrupciones temporales del servicio. El entrevistado enfatiza que *"la conectividad es fundamental para la operación del hotel"*, dado que cualquier interrupción afecta la confirmación de reservaciones, los pagos electrónicos y la comunicación con los huéspedes, repercutiendo directamente en la calidad del servicio.

Agrega el entrevistado 5 que es clara la importancia de desarrollar medidas de seguridad para proteger la información de los clientes mediante controles de acceso, respaldos periódicos y políticas de confidencialidad. Estos aspectos reflejan que la utilización de herramientas de inteligencia artificial también implica fortalecer los mecanismos de seguridad informática para garantizar la protección de los datos personales de los huéspedes.

Para finalizar, el gerente considera que una eventual falla de los sistemas digitales provocaría atrasos en las reservaciones, mayor carga laboral para el personal y un incremento en el riesgo de errores operativos, aunque reconoce que algunos procesos podrían ejecutarse manualmente de manera temporal. Ante lo cual, recomienda fortalecer la capacitación del personal, mantener una infraestructura tecnológica confiable, disponer de soporte técnico oportuno y fomentar una cultura organizacional donde la inteligencia artificial sea entendida como un complemento del trabajo humano y no como un sustituto de las personas.

Los resultados de la entrevista 5 ayudan a comprender que la implementación de herramientas de inteligencia artificial en los establecimientos de hospedaje no depende únicamente de la disponibilidad tecnológica, sino también de factores económicos, organizacionales, humanos y técnicos que condicionan su éxito. Los aportes del entrevistado fortalecen el cumplimiento del tercer objetivo específico de la investigación al identificar los principales desafíos que enfrentan los hoteles para incorporar estas tecnologías y las estrategias que favorecen su adopción de manera eficiente y sostenible.

Por su lado, el entrevistado 6 externó que la implementación de herramientas de inteligencia artificial tiene como propósito principal optimizar la eficiencia operativa, agilizar la gestión de reservaciones y mejorar la experiencia del huésped mediante respuestas más rápidas y la reducción de errores en los procesos. Asimismo, señaló que, aunque la inversión económica para adquirir y mantener estas tecnologías es significativa, los beneficios obtenidos en productividad y optimización de recursos justifican dichos costos. Y añadió que la principal resistencia a la implementación proviene del desconocimiento de la tecnología y del temor de algunos colaboradores a ser reemplazados, situación que puede superarse mediante capacitación y comunicación organizacional.

Entre los mayores desafíos técnicos mencionó las fallas de conectividad, los problemas de integración con sistemas de gestión hotelera obsoletos y las interrupciones temporales de las plataformas tecnológicas, especialmente debido a la ubicación geográfica del hotel. Además, destacó la importancia de implementar políticas de seguridad de la información, respaldos de datos

y capacitación continua del personal para garantizar el adecuado funcionamiento de estas herramientas.

Los aportes del entrevistado contribuyen al tercer objetivo específico de la investigación, orientado a analizar los desafíos y limitaciones que enfrentan los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos en la implementación de herramientas de inteligencia artificial en los servicios de recepción y reservaciones.

La entrevista muestra que uno de los desafíos importantes corresponde a la inversión necesaria para incorporar estas tecnologías, aunque el entrevistado reconoce que los costos asociados a licencias, mantenimiento, capacitación y actualización representan un esfuerzo importante para la organización, considera que *"los beneficios obtenidos en términos de productividad, reducción de tiempos operativos y mejora en la atención al cliente"* compensan dicha inversión. Esta información demuestra que la adopción de inteligencia artificial requiere una adecuada planificación financiera que permita equilibrar los costos con los beneficios operativos obtenidos.

Se identificó durante la entrevista que hay resistencia inicial de los colaboradores frente al uso de nuevas tecnologías. El entrevistado señala que esta situación se debe principalmente *"al desconocimiento sobre la tecnología, el temor a que las herramientas sustituyan puestos de trabajo y la necesidad de adaptarse a nuevos procesos"*, destacando que la capacitación y la comunicación efectiva han sido fundamentales para favorecer la aceptación de estas herramientas. Este hallazgo pone de manifiesto que la gestión del cambio organizacional constituye un elemento esencial para una implementación exitosa.

Desde el punto de vista tecnológico, la entrevista muestra que la infraestructura informática representa uno de los principales retos para el hotel. El entrevistado explica que existen fallos de conectividad, problemas de integración con sistemas de gestión hotelera obsoletos e interrupciones temporales de las plataformas, situación que se agrava por la ubicación montañosa del establecimiento. Además, menciona que estas dificultades afectan directamente la gestión de

reservaciones y la comunicación con los huéspedes, por lo que el hotel mantiene sistemas de respaldo para reducir el impacto de estas contingencias.

En materia de seguridad de la información, el gerente destaca que el establecimiento implementa controles de acceso, autenticación de usuarios, copias de respaldo, actualizaciones constantes del software y capacitación al personal sobre confidencialidad y protección de datos. Estas acciones reflejan la importancia de fortalecer la seguridad informática como parte del proceso de incorporación de herramientas de inteligencia artificial.

Advierte el entrevistado 6 que una interrupción de los sistemas digitales podría ocasionar retrasos en la atención al cliente, dificultades en la gestión de reservaciones, aumento de la carga laboral y pérdidas económicas para el hotel. En conjunto, estos resultados evidencian que la implementación de la inteligencia artificial no depende únicamente de la adquisición de tecnología, sino también de la disponibilidad de infraestructura adecuada, la preparación del personal y la existencia de estrategias de gestión que permitan garantizar la continuidad del servicio.

Los aportes del entrevistado 6 fortalecen el cumplimiento del tercer objetivo específico de la investigación al identificar los principales factores económicos, tecnológicos, organizacionales y humanos que condicionan la implementación de herramientas de inteligencia artificial en los servicios de recepción y reservaciones de los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos.

4.2 Análisis e Integración y Análisis Cruzado de Resultados

El análisis comparativo entre la información obtenida mediante el cuestionario aplicado a los huéspedes, las entrevistas realizadas a gerentes y encargados de recepción y reservaciones, y la literatura consultada permitió identificar importantes coincidencias en cuanto a las implicaciones del uso de la inteligencia artificial en los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos.

En primer lugar, se cita a Ogbo et al. (2025), quienes señalan que:

En la industria hotelera, la IA está transformando las experiencias de los huéspedes y la eficiencia operativa. Desde la validación de la reserva hasta la salida, la tecnología juega un papel fundamental en la mejora de la calidad del servicio. La integración de la IA permite a los hoteles personalizar las experiencias de los huéspedes, optimizar la asignación de recursos y mejorar la prestación del servicio. (p.279)

Estos planteamientos coinciden con los resultados por medio de las entrevistas a Elizabeth Porras como Damián Beunza quienes señalaron que la inteligencia artificial favorece la rapidez en la atención, optimiza las reservaciones y mejora la eficiencia operativa; sin embargo, ambos enfatizaron que estas herramientas deben funcionar como apoyo al colaborador y mantener siempre la posibilidad de atención personalizada. Esta misma tendencia también se refleja en el cuestionario aplicado a los huéspedes, donde el 50 % manifestó preferir una atención total o mayormente humana, mientras que una proporción menor mostró preferencia por una atención completamente automatizada.

En segundo lugar, la literatura resalta que, la confianza de los usuarios en los sistemas de inteligencia artificial está estrechamente vinculada con la percepción de que su información personal será protegida mediante mecanismos adecuados de seguridad y privacidad, lo que influye directamente en la aceptación y el uso de estas tecnologías (Leschanowsky et al., 2024, p. 2)

Lo anterior, se ve respaldado por los resultados del cuestionario porque el 55 % de los huéspedes manifestó un nivel alto o muy alto de confianza en la seguridad de los sistemas digitales, aunque un 40 % calificó este aspecto como regular, evidenciando oportunidades de mejora en materia de protección de datos y comunicación sobre las medidas de seguridad implementadas. Las entrevistas también respaldan este hallazgo, ya que los gerentes destacaron la importancia de utilizar controles de acceso, políticas de confidencialidad y mecanismos de ciberseguridad para proteger la información de los clientes.

Y, por último, otro aspecto en el que existe coincidencia corresponde a la facilidad de uso de las herramientas tecnológicas. La aceptación de una tecnología depende, en gran medida, de que los usuarios perciban que su utilización requiere poco esfuerzo, por lo que las interfaces

intuitivas y fáciles de usar favorecen la adopción y el uso de los sistemas tecnológicos (Davis, 1989, pp. 320–324)

De igual forma, los resultados del cuestionario muestran que el 77,5 % de los huéspedes consideró fáciles o muy fáciles de utilizar los sistemas digitales, lo cual evidencia un adecuado nivel de usabilidad de las herramientas implementadas; esto es relevante, ya que la facilidad de uso favorece la aceptación de las tecnologías por parte de los huéspedes, reduce las dificultades durante la interacción con los sistemas, incrementa la confianza en su utilización y contribuye a una experiencia de servicio más satisfactoria. En el ámbito hotelero, contar con plataformas intuitivas facilita que los huéspedes realicen procesos como las reservaciones, el registro de ingreso y la obtención de información de manera rápida y autónoma, mejorando la eficiencia del servicio y la percepción de calidad.

- **Identificación de Apoyos y Desafíos**

En relación con los beneficios percibidos, la literatura señala que la implementación de tecnologías basadas en inteligencia artificial en la hotelería contribuye a mejorar la eficiencia del servicio, agilizar los procesos de atención y optimizar la experiencia del cliente mediante la automatización de diversas interacciones (Li et al., 2021, p. 2). Estos hallazgos son consistentes con los resultados obtenidos en la presente investigación, dado que el 65 % de los huéspedes consideró que la tecnología contribuyó significativamente a reducir los tiempos de atención, mientras que los gerentes entrevistados coincidieron en que estas herramientas agilizan las reservaciones, reducen errores y optimizan la operación diaria del hotel.

- **Esclarecimiento de Discrepancias**

Pese a que la comparación entre las fuentes, también permitió identificar algunos aspectos que no fueron evidentes únicamente mediante el cuestionario. Mientras los huéspedes manifestaron una percepción mayoritariamente positiva sobre el uso de la tecnología, las entrevistas revelaron desafíos internos que no son percibidos directamente por los clientes, tales como los elevados costos de implementación, la resistencia al cambio por parte del personal, la necesidad de capacitación continua, la dependencia de una infraestructura tecnológica adecuada y las limitaciones derivadas de problemas de conectividad. La literatura especializada señala que la

adopción de la inteligencia artificial en la industria hotelera requiere inversiones significativas, procesos de capacitación y cambios organizacionales para lograr una implementación exitosa (Giousmpasoglou & Hua, 2023, pp. 219–221).

Al mismo tiempo, se estableció una discrepancia significativa entre la literatura y la realidad observada en algunos establecimientos del distrito de Quepos, la literatura reciente evidencia un crecimiento sostenido en la incorporación de tecnologías de inteligencia artificial en las empresas turísticas, destacando el uso de chatbots, asistentes virtuales, automatización del servicio al cliente y sistemas inteligentes para optimizar la experiencia del visitante (López et al., 2025, pp. 13–16). Sin embargo, algunas entrevistas evidenciaron que varios hoteles continúan privilegiando la atención personalizada y utilizan la inteligencia artificial únicamente como apoyo para la redacción de correos electrónicos, traducción de textos o elaboración de contenidos, evitando automatizar la comunicación directa con los huéspedes. Esta diferencia puede explicarse por las características de los hoteles boutique presentes en la zona de estudio, cuya estrategia competitiva se fundamenta en ofrecer una experiencia cercana, personalizada y diferenciada al visitante.

En síntesis, la triangulación de resultados destaca una coherencia importante entre las fuentes primarias y las fuentes secundarias, aunque también permite identificar discrepancias que enriquecen la interpretación del tema de estudio. La literatura señala, a su vez, los principales beneficios identificados en la investigación, relacionados con la eficiencia operativa, la reducción de los tiempos de respuesta y la mejora en la experiencia del cliente.

No obstante, las entrevistas aportan evidencia contextual sobre las limitaciones y desafíos específicos que enfrentan los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos para implementar estas tecnologías, tales como los costos de inversión, la necesidad de capacitación, la infraestructura tecnológica y la preferencia por mantener una atención personalizada en algunos hoteles. En consecuencia, la integración de ambas fuentes fortalece la validez de los resultados obtenidos y permite comprender de manera más amplia las implicaciones del uso de la inteligencia artificial en los servicios de recepción y reservaciones, al considerar tanto la percepción de los huéspedes como la experiencia práctica de los responsables de la gestión hotelera.

4.3. Interpretación de los Resultados

4.3.1 Significado de los Hallazgos

Los resultados mediante la aplicación de los cuestionarios a los huéspedes y las entrevistas realizadas a gerentes y responsables de las áreas de recepción y reservaciones permiten comprender las principales implicaciones del uso de la inteligencia artificial en los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos durante el año 2025. En general, la información demuestra que la inteligencia artificial representa una herramienta con un importante potencial para fortalecer la eficiencia operativa y mejorar la experiencia del huésped; sin embargo, su implementación continúa desarrollándose de manera gradual y con diferentes niveles de adopción entre los hoteles participantes.

En relación con el primer objetivo específico, orientado a describir las herramientas de inteligencia artificial utilizadas en los servicios de recepción y reservaciones, los resultados muestran que las tecnologías más empleadas corresponden a ChatGPT, Google Gemini, Canva y algunas funciones automatizadas integradas en los sistemas de gestión hotelera. Aunque, las entrevistas evidenciaron que la mayoría de estas herramientas se utilizan principalmente como apoyo para la redacción de correos electrónicos, mensajes de WhatsApp, traducción de textos y elaboración de contenido, mientras que la automatización completa de la atención al cliente mediante chatbots o asistentes virtuales aún es limitada. Esta situación apunta a que la inteligencia artificial se utiliza como una herramienta complementaria que fortalece el trabajo del personal, pero no sustituye la interacción humana.

Con respecto al segundo objetivo específico, dirigido a analizar la percepción de los huéspedes sobre los servicios asistidos por inteligencia artificial, los resultados del cuestionario muestran una valoración mayormente positiva. Los encuestados manifestaron altos niveles de confianza en los sistemas digitales, facilidad de uso, utilidad percibida y reducción de los tiempos de espera.

Adicionalmente, un porcentaje significativo de encuestados indicó que estaría dispuesto a utilizar nuevamente estas herramientas en futuras estadías. Pero también se identificó que la mayoría de los huéspedes continúa prefiriendo una atención mayormente humana o un modelo

híbrido que combine la eficiencia tecnológica con el trato personalizado, lo que evidencia que la aceptación de la inteligencia artificial depende no solo de sus capacidades técnicas, sino también de la posibilidad de mantener una interacción cercana con el personal del hotel.

En cuanto al tercer objetivo específico, dirigido a analizar los desafíos y limitaciones asociados con la implementación de la inteligencia artificial, las entrevistas permitieron identificar factores que no son percibidos directamente por los huéspedes, pero que condicionan el éxito de estas tecnologías. Entre ellos destacan los costos de adquisición y mantenimiento de los sistemas, la resistencia inicial del personal ante los cambios tecnológicos, la necesidad de capacitación continua, la dependencia de una infraestructura tecnológica confiable, la conectividad a Internet y la protección de los datos personales de los huéspedes. Estos hallazgos comprueban que el desarrollo de inteligencia artificial constituye un proceso integral que involucra aspectos tecnológicos, económicos, organizacionales y humanos.

Se destaca que estos resultados ayudan a responder satisfactoriamente la pregunta de investigación, al evidenciar que el uso de la inteligencia artificial genera beneficios relacionados con la eficiencia operativa, la rapidez en la atención y la optimización de los procesos de recepción y reservaciones. Sin embargo, también requiere estrategias adecuadas de implementación que garanticen la capacitación del personal, la seguridad de la información y la conservación del componente humano como elemento diferenciador del servicio hotelero.

4.3.2 Identificación de Patrones y Relaciones

El análisis integral de la información permitió identificar diversos patrones consistentes entre los resultados del cuestionario y las entrevistas, como se describe a continuación:

Uno de los principales patrones observados corresponde a la aceptación favorable de la inteligencia artificial como herramienta de apoyo y no como sustituto del personal. Tanto los huéspedes como los gerentes coincidieron en que la tecnología facilita la comunicación, agiliza los procesos y mejora la eficiencia operativa; sin embargo, ambos grupos consideran necesario mantener la atención personalizada durante la prestación del servicio; lo que evidencia una relación

directa entre la incorporación de tecnologías inteligentes y la necesidad de preservar el contacto humano para fortalecer la satisfacción del cliente.

Otro patrón de interés se relaciona con la percepción positiva sobre la facilidad de uso y la utilidad de las herramientas tecnológicas. Los huéspedes manifestaron que los sistemas resultan fáciles de utilizar y contribuyen a reducir los tiempos de espera, mientras que los administradores señalaron que estas herramientas optimizan las tareas administrativas, disminuyen errores y permiten brindar respuestas más rápidas a las solicitudes de los clientes. Esta coincidencia demuestra una relación significativa entre la facilidad de uso de las plataformas y la percepción de calidad del servicio.

También se identificó una tendencia hacia la utilización de inteligencia artificial para actividades de apoyo administrativo, especialmente en la elaboración de textos, traducciones, generación de contenido y asistencia en la comunicación con los huéspedes. Por el contrario, la automatización de la atención mediante chatbots o asistentes virtuales aún presenta un desarrollo limitado en varios establecimientos, debido a la importancia que los hoteles otorgan al servicio personalizado como parte de su propuesta de valor.

A su vez, una relación relevante se observa entre la confianza del usuario y la seguridad de la información. Los huéspedes que manifestaron mayores niveles de confianza también valoraron positivamente la utilidad y la facilidad de uso de los sistemas tecnológicos. Y los gerentes destacaron la necesidad de implementar mecanismos de protección de datos, controles de acceso y políticas de confidencialidad, lo que evidencia que la seguridad informática constituye un factor determinante para fortalecer la aceptación de la inteligencia artificial.

Finalmente, los resultados muestran que los principales desafíos identificados por los administradores, como la capacitación del personal, la resistencia al cambio y la infraestructura tecnológica, guardan una relación directa con el grado de aprovechamiento de estas herramientas. Los hoteles que desarrollan procesos de capacitación continua y cuentan con mejores recursos tecnológicos muestran una mayor integración de la inteligencia artificial en sus procesos operativos

4.3.3 Consideración de Limitaciones

A pesar de que la investigación permitió alcanzar los objetivos planteados y obtener información relevante sobre el uso de la inteligencia artificial en los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos, es oportuno reconocer algunas limitaciones que deben considerarse al interpretar los resultados.

En primer lugar, el estudio se desarrolló únicamente en establecimientos de hospedaje ubicados en el distrito de Quepos, por lo que los resultados reflejan las características propias de esta zona turística y no pueden generalizarse automáticamente a otras regiones del país con diferentes niveles de desarrollo tecnológico o distintos modelos de operación hotelera.

Asimismo, la investigación contó con una muestra limitada de huéspedes y un número reducido de entrevistas a gerentes y responsables de recepción y reservaciones. Aunque la información obtenida fue suficiente para cumplir los objetivos propuestos, una muestra más amplia podría aportar una mayor diversidad de experiencias y fortalecer la representatividad de los resultados.

Otro aspecto limitante corresponde al ritmo acelerado con que evolucionan las tecnologías de inteligencia artificial, debido a que constantemente aparecen nuevas herramientas y aplicaciones, algunos resultados podrían modificarse en un corto plazo conforme los hoteles adopten soluciones más avanzadas o cambien sus estrategias de atención al cliente.

Adicionalmente, debe considerarse que la información obtenida por medio de los cuestionarios y entrevistas depende de las percepciones y experiencias de los participantes, lo cual implica cierto grado de subjetividad. Aunque esta limitación fue minimizada con la triangulación entre fuentes primarias y secundarias, permitiendo contrastar los hallazgos y fortalecer la credibilidad de los resultados.

Por último, en algunos establecimientos participantes manifestaron utilizar la inteligencia artificial únicamente de manera parcial o limitada, principalmente como herramienta de apoyo

para la comunicación escrita y no como parte integral de sus procesos de recepción y reservaciones. Esta situación restringe el análisis de aplicaciones más avanzadas de inteligencia artificial, pero al mismo tiempo refleja con objetividad el estado actual de adopción tecnológica en los hoteles del distrito de Quepos.

En consecuencia, las limitaciones identificadas no afectan el cumplimiento de los objetivos de la investigación; por el contrario, ayudan a contextualizar adecuadamente los resultados obtenidos y constituyen una base para futuras investigaciones que profundicen en la evolución de la inteligencia artificial en el sector hotelero costarricense, incorporando muestras más amplias, diferentes categorías de establecimientos y nuevas tecnologías que surjan en los próximos años.

Capítulo V - Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

Tras analizar la información recopilada por medio de los cuestionarios aplicados a los huéspedes y las entrevistas realizadas a gerentes y trabajadores de las áreas de recepción y reservaciones de hoteles del distrito de Quepos, así como la comparación de estos resultados con el marco teórico y las fuentes bibliográficas consultadas, se presenta, a continuación, las principales conclusiones de la investigación titulada "Implicaciones del uso de la inteligencia artificial en la gestión de los servicios de recepción y reservaciones en los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos, durante el año 2025".

Las conclusiones recopilan los hallazgos durante el estudio y permiten valorar el cumplimiento de los objetivos planteados, respondiendo al problema de investigación desde una perspectiva integral que considera tanto la percepción de los huéspedes como la experiencia de los administradores y colaboradores de los hoteles del distrito de Quepos.

Objetivo específico 1

Describir los tipos de herramientas de inteligencia artificial utilizadas en los servicios de recepción y reservaciones en los establecimientos hoteleros del distrito de Quepos.

Con base al objetivo específico 1, se concluye que los establecimientos hoteleros del distrito de Quepos han comenzado a incorporar diversas herramientas tecnológicas basadas en inteligencia artificial dentro de los departamentos de recepción y reservaciones, entre las que se destacan los sistemas automatizados de reservaciones, plataformas digitales de atención al cliente, aplicaciones móviles, asistentes virtuales y procesos automatizados de check-in.

Estos resultados evidencian que dichas tecnologías han contribuido significativamente a agilizar los procesos operativos y administrativos, permitiendo mejorar la organización interna de los hoteles y reducir los tiempos de espera de los huéspedes.

Asimismo, se determinó que las herramientas tecnológicas facilitan las funciones laborales del personal, especialmente en actividades vinculadas con la confirmación de reservaciones, consultas de clientes y administración de la información.

No obstante, se observó que algunos establecimientos aún presentan limitaciones en infraestructura tecnológica y diferencias en el nivel de implementación de herramientas basadas en inteligencia artificial y que una parte del personal de los hoteles no tienen claro que mucho de los sistemas que utilizan en las áreas de recepción y reservaciones, ya trae incorporada la IA.

Objetivo específico 2

Analizar la percepción de los funcionarios y huéspedes acerca de los servicios asistidos por inteligencia artificial.

Con respecto al objetivo específico 2, se concluye que, tanto los funcionarios de los departamentos de recepción y reservaciones como los huéspedes, muestran, en su mayoría, una percepción positiva acerca del uso de inteligencia artificial en los servicios hoteleros.

Los funcionarios consideran también que las herramientas automatizadas facilitan el desarrollo de sus labores, contribuyen a mejorar la rapidez del servicio y permiten optimizar diversos procesos operativos dentro del hotel.

Por otra parte, los huéspedes manifestaron que los sistemas automatizados brindan comodidad, rapidez y facilidad en procesos como reservaciones, consultas y recepción; sin embargo, los resultados además reflejan que, tanto colaboradores como clientes, estiman que es fundamental mantener la atención personalizada y el contacto humano en la experiencia hotelera.

En ese sentido, se concluye que la inteligencia artificial debe ser utilizada como una herramienta complementaria que fortalezca el servicio al cliente sin sustituir completamente la interacción humana.

Objetivo específico 3

Analizar los desafíos y limitaciones que enfrentan los establecimientos hoteleros en el uso de inteligencia artificial.

En relación con el objetivo específico 3, se concluye que la implementación de inteligencia artificial dentro de los establecimientos hoteleros del distrito de Quepos enfrenta diversos desafíos y limitaciones.

Es así como uno de los retos primordiales identificados corresponde a la necesidad de capacitación constante del personal para garantizar un uso eficiente de las herramientas tecnológicas. Igualmente, se determinó que algunos hoteles tienen limitaciones económicas para realizar inversiones en sistemas avanzados de automatización e infraestructura tecnológica.

Otro aspecto relevante señalado durante la investigación, se refiere a las preocupaciones asociadas con la seguridad y privacidad de los datos personales de los huéspedes al utilizar plataformas digitales automatizadas. A su vez, algunos participantes manifestaron preocupación con respecto a la posible disminución de la interacción humana en el servicio hotelero debido al incremento del uso de tecnologías automatizadas.

En consecuencia, se concluye que la implementación exitosa de inteligencia artificial en el negocio de hotelería requiere una adecuada planificación, supervisión y equilibrio entre innovación tecnológica y atención personalizada, en particular en el distrito de Quepos.

5.2 Recomendaciones

De acuerdo con los resultados y las conclusiones alcanzadas durante la investigación, se presentan las siguientes recomendaciones, dirigidas a fortalecer la implementación y el aprovechamiento de las herramientas de inteligencia artificial en los establecimientos de hospedaje del distrito de Quepos.

1. A los propietarios y gerentes de los establecimientos de hospedaje

- Se recomienda desarrollar un plan estratégico para la incorporación gradual de herramientas de inteligencia artificial en las áreas de recepción y reservaciones, seleccionando soluciones tecnológicas acordes con el tamaño, necesidades operativas y capacidad financiera de cada establecimiento, esta planificación permitirá maximizar los beneficios de la tecnología sin afectar la calidad del servicio personalizado que caracteriza a los hoteles de la zona.
- Para aquellos establecimientos de hospedaje que quieran avanzar hacia los destinos turísticos inteligentes se sugiere gestionar soluciones tecnológicas como: Chatbot y procesamiento del lenguaje natural, CRM Turístico, plataformas de venta y reservaciones, sistemas analíticos de datos (Big Data y Business Intelligence), análisis semántico y reputación en línea, desarrollo de aplicaciones, desarrollo de portales web, internet de las Cosas (IoT), seguridad de la información y Blockchain. De ese modo, se favorece la automatización de procesos, la personalización de los servicios, la optimización de la gestión de recepción y reservaciones, así como una mejor experiencia para el huésped.
- Asimismo, se debe mantener la atención personalizada como elemento diferenciador del servicio, utilizando la inteligencia artificial como una herramienta de apoyo para optimizar procesos administrativos, agilizar la comunicación con los huéspedes y reducir tiempos de respuesta, sin sustituir la interacción humana que los clientes continúan valorando como parte esencial de su experiencia.
- También se recomienda robustecer la infraestructura tecnológica a través de mejoras en la conectividad a internet, la actualización de los sistemas de gestión hotelera y la contratación

de soporte técnico especializado, con el propósito de reducir interrupciones en la operación y garantizar el funcionamiento continuo de las herramientas de inteligencia artificial.

2. A los responsables de recursos humanos y capacitación

- Se recomienda implementar programas permanentes de capacitación dirigidos a los colaboradores de recepción y reservaciones, sobre el uso adecuado de herramientas de inteligencia artificial, con la finalidad de mejorar sus competencias digitales, disminuir la resistencia al cambio y promover una cultura organizacional orientada a la innovación tecnológica.

3. A los encargados de tecnologías de información

- Se recomienda reforzar las políticas de seguridad informática mediante la actualización constante de los sistemas, el uso de mecanismos de autenticación seguros, la realización periódica de respaldos de información y la capacitación del personal sobre protección de datos personales, garantizando la confidencialidad y seguridad de la información suministrada por los huéspedes.

4. A los desarrolladores y proveedores de soluciones tecnológicas para hoteles

- Se insta a diseñar herramientas de inteligencia artificial fáciles de utilizar, adaptadas a las necesidades de los hoteles boutique y pequeños establecimientos de hospedaje, contribuyendo a su integración con los sistemas de gestión existentes y reduciendo así los costos asociados a su implementación y mantenimiento.

5. A las instituciones de educación superior

- Se recomienda fortalecer la formación de futuros profesionales en turismo y hotelería con la incorporación de contenidos relacionados con inteligencia artificial, transformación digital, análisis de datos y automatización de procesos hoteleros, para el desarrollo de competencias acordes con las nuevas demandas del sector turístico.

6. A futuras investigaciones

- Se recomienda ampliar futuras investigaciones considerando una mayor cantidad de establecimientos de hospedaje de diferentes categorías y regiones del país, así como analizar el impacto de nuevas aplicaciones de inteligencia artificial, tales como los asistentes virtuales, sistemas predictivos y herramientas de análisis de comportamiento del huésped. Al mismo tiempo, se sugiere elaborar estudios que ayuden a analizar la evolución de estas tecnologías y su influencia en la competitividad del sector hotelero costarricense.

Bibliografía

- Alcívar-Chiluiza, D. J., Guerra-Herrera, A. D., y Vera-Vera, J. R. (2025). *La inteligencia artificial en la gestión hotelera del destino Manta: Adopción y tendencias futuras*. Revista Amazónica de Ciencias Económicas (RACE), 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.51252/race.v4i1.803> ([doi.org in Bing](#))
- Bardi, J. A. (2003). *Hotel front office management* (3rd ed.). John Wiley & Sons. <https://tailieudulich.wordpress.com/wp-content/uploads/2009/11/j-a-bardi-hotel-front-office-management-3rd-edition1.pdf>
- Barrantes Echavarría, R. (2018). *Investigación: Un camino al conocimiento. Un enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto*. Universidad Estatal a Distancia (UNED). Ágora Serie Estudios, 10.
- Belanche, D., Casaló, L. V., & Flavián, C. (2021). *Frontline robots in tourism and hospitality: Service enhancement or cost reduction? Electronic Markets*, 31(3), 477–492. <https://doi.org/10.1007/s12525-020-00432-5>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020). *Medidas de recuperación del sector turístico en América Latina y el Caribe: Una oportunidad para promover la sostenibilidad y la resiliencia*. CEPAL. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/86ac5966-d3c1-4297-a90f-650ca471ad4f/content>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.).
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. MIS Quarterly, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Díaz, V. (2025). *Inteligencia Artificial en la Hotelería: Innovaciones en Atención al Cliente y Revenue Management para el Turismo del Futuro*. Trabajo de grado. (Pag 8).

- Flores, D. (2025). *La inteligencia artificial impulsa la transformación del turismo en Costa Rica*. *Revista viajes digital*. <https://www.revistaviajesdigital.com/turismo-y-negocios/4369-la-inteligencia-artificial-impulsa-la-transformacion-del-turismo-en-costa-rica>
- Giousmpasoglou, C., & Hua, N. (2023). *Artificial Intelligence in Hospitality and Tourism*. Emerald Publishing Limited.
- Glasinovich, G y Gutiérrez, S. (2022). *La relación entre el uso de la inteligencia artificial y la satisfacción de los clientes del sector hotelero*. Trabajo de investigación. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/667149/Glasinovich_AG.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- González Campos, J. (2025). *Impacto de la implementación de robots con inteligencia artificial en la experiencia del cliente y la eficiencia operativa del Hotel AC Marriott, Escazú, durante el año 2024* [Tesina de bachillerato, Universidad Internacional de las Américas]. Repositorio Institucional de la Universidad Internacional de las Américas. <https://repositorio.uia.ac.cr/bitstreams/3c757dc8-4d3e-4c4b-9456-e707408c94d/download>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). McGraw-Hill Education. https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- Instituto Tecnológico de Costa Rica. (2025). *Destinos turísticos inteligentes y gobernanza*. <https://www.tec.ac.cr/sites/default/files/media/doc/destinos-turisticos-inteligentes-y-gobernanza.pdf>
- Jakins, M. (2025). *Los pros y contras de la IA en la hostelería y el turismo*. Recuperado de <https://innsight.co.za/the-pros-and-cons-of-ai-in-hospitality-and-tourism/>
- Kandpal, J., Pathania, S., Kaur, N., & Phakwrya, S. (2025). *El papel de la inteligencia artificial en la mejora del frente operaciones de oficina en la industria hotelera*. *Revista internacional de investigación progresiva en gestión y ciencia de la ingeniería*. Recuperado de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/The%20role%20of%20artificial%20intelligence%20in>

- [%20enhancing%20front%20office%20operations%20in%20the%20hotel%20industry.%20International%20Journal%20of%20Progressive%20Research%20in%20Engineering,%20Management%20and%20Science.pdf](#)
- Lane, M., & Williams, M. (2023). *Defining and classifying AI in the workplace* (OECD Social, Employment and Migration Working Papers No. 290). OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/59e89d7f-en>
- Leschanowsky, A., Rech, S., Popp, B., & Bäckström, T. (2024). *Evaluating privacy, security, and trust perceptions in conversational AI: A systematic review*. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2406.09037>
- Li, M., Yin, D., Qiu, H., & Bai, B. (2021). *A systematic review of AI technology-based service encounters: Implications for hospitality and tourism operations*. *International Journal of Hospitality Management*, 95, 102930. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102930>
- López, J., & García, R. (2021). *La inteligencia artificial como herramienta de innovación en la gestión hotelera*. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 11(2), 45–60.
- López Naranjo, A. L., Puente-Riofrio, M. I., Carrasco-Salazar, V. A., Erazo-Rodríguez, J. D., & Buñay-Guisñan, P. A. (2025). *Artificial intelligence in the tourism business: A systematic review*. *Frontiers in Artificial Intelligence*,
- Martínez Serrano, R. (2025). *Los chatbots en la industria hotelera: La evolución de la atención al cliente a través de la IA*. *Economía Industrial*, (436), 51–63. https://www.mintur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/436/08MARTINEZ_EI436.pdf
- Martínez, R. (2025). *Los chatbots en la industria hotelera: la evolución de la atención al cliente a través de la IA*. Recuperado de. https://www.mintur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/436/08MARTINEZ_EI436.pdf
- Morales, N., Dávila, S., Calderon, B., Gómez, L., Alban, F. (2023). *Automatización de Hoteles*. *Revista Académica Tecnología Digital* (1), pp.1-35. <https://revistas.ulatina.ac.cr/index.php/tecnologiavital/article/view/571>
- Moreno, A (2009). *Lineamientos para la Creación de una Cultura de Servicio al Cliente en una Empresa del Sector Alimentos: Caso Martmore Ltda*. (Pag.2). Recuperado de <https://files01.core.ac.uk/download/pdf/86438781.pdf>

- Naciones Unidas. (2020). *Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo*. un.org [policy brief covid-19 and transforming tourism spanish.pdf](https://un.org/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_spanish.pdf)
- Núñez, M. (2025). *Quepos: un nicho turístico que apuesta al desarrollo de experiencias locales*. (Parr. #1). Recuperado de: <https://semanariouniversidad.com/pais/quepos-un-nicho-turistico-que-apuesta-al-desarrollo-de-experiencias-locales/>
- Ogho, E. H., Emmanuel, E., & Ebiendele, P. (2025). *The benefit of artificial intelligence (AI) on operational efficiency in hotel management: A case of selected hotels South West Nigeria*. *Asian Journal of Research in Computer Science*, 18(6), 278–291. <https://doi.org/10.9734/AJRCOS/2025/v18i6698>
- Real Academia Española. (s.f.). *Inteligencia*. En Diccionario de la lengua española. Recuperado de <https://dle.rae.es/inteligencia#2DxmhCT>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations*
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press. <https://teddykw2.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/07/everett-m-rogers-diffusion-of-innovations.pdf>
- Rouhiainen, L. (2008). *Inteligencia artificial: 101 cosas que debes saber hoy sobre nuestro futuro* (p. 17). Alienta Editorial. Recuperado de <https://camtamaulipas.edu.mx/libreria/files/original/3a4c8164ee4715e2748eee3a7eb7cd3b.pdf>
- Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (4th ed., Global ed.). Pearson. http://lib.ysu.am/disciplines_bk/efdd4d1d4c2087fe1cbe03d9ced67f34.pdf
- Sáenz, Joel, (1992), *El turismo, su impacto socioeconómico sobre los recursos naturales de Manuel Antonio*. (pag.159), recuperado de file:///C:/Users/coord/Downloads/9_156-164.pdf
- Tamayo y Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa.
- Turing, A. (2010). *Maquinaria computacional e inteligencia* (C. Fuentes Barassi, Trad.). Universidad de Chile. (Trabajo original publicado en 1950). <https://xamanek.izt.uam.mx/map/cursos/Turing-Pensar.pdf>
- Turing, A. M. (1950). *Computing machinery and intelligence*. *Mind*, 59(236), 433–460. <https://doi.org/10.1093/mind/LIX.236.433>

- Um, T., Kim, T., y Chung, N. (2020). *How does an intelligence chatbot affect customers compared with self-service technology for sustainable services?* Sustainability, 12(12), 5119. <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/12/5119/pdf>
- Wüst, K., & Bremser, K. (2025). *Artificial intelligence in tourism through chatbot support in the booking process—An experimental investigation.* Tourism and Hospitality, 6(1), 36. <https://www.mdpi.com/2673-5768/6/1/36>

Anexos

Link de entrevistas: [Entrevistas](#)

Link de cuestionario: <https://forms.gle/M3oQepYywgYefrQS9>

Link consentimientos informados: [Consentimientos informados](#)