

# IA en Google Flights: cómo cambia la forma de buscar vuelos

La irrupción de la inteligencia artificial generativa en la industria de los viajes sigue avanzando, y uno de los movimientos más recientes proviene de Google, que ha expandido su funcionalidad "Ofertas de vuelos" dentro de Google Flights. Esta herramienta introduce un cambio relevante en la forma en que los usuarios buscan y comparan pasajes aéreos, con posibles efectos en toda la cadena de comercialización.

A diferencia de los metabuscadores tradicionales que operan sobre parámetros estructu-



rados (origen, destino, fechas), esta nueva funcionalidad permite búsquedas en lenguaje natural. Es decir, el usuario puede describir su intención de viaje —por ejemplo, una escapada román-

tica o un viaje económico en invierno— y el sistema interpreta esa necesidad para proponer alternativas de vuelo.

El principal punto de inflexión radica en la capacidad de la IA para entender la "intención del viajero", más allá de los inputs tradicionales. Esto introduce una lógica más cercana a la inspiración que a la planificación estricta, lo que podría modificar el momento en que el usuario entra en contacto con la oferta aérea.

En términos de distribución, este tipo de herramientas posiciona a Google no solo como un canal de comparación, sino como un actor que interviene en la fase inicial del funnel de compra, históricamente dominada por agencias de viajes, contenido editorial y redes sociales. 