

# BRIEF JÓVENES PROFESIONALES

## IA VS. ASESORAMIENTO REAL

### EL DESAFÍO

Cada vez más gente organiza sus viajes con inteligencia artificial. ChatGPT, Claude y otras herramientas pueden inspirar, ordenar ideas y armar itinerarios en segundos. Pero cuando se trata de viajar de verdad, no siempre tienen la respuesta correcta.

Muchas veces muestran frecuencias y precios que no existen o están desactualizados, sugieren recorridos imposibles o recomiendan planes que suenan perfectos en pantalla, pero no contemplan algo clave: la realidad de cada viajero.

Ejemplo: La IA puede decir que una excursión lleva 2 horas. Pero depende de la edad de los pasajeros, si el camino es exigente o si el clima cambia, tal vez ese paseo lleve 4 horas o directamente no sea recomendable.

En Hiperviajes, los asesores no solo buscan información: viajan, conocen destinos, se capacitan, comparten aprendizajes con el equipo y se actualizan constantemente. Por eso, sus recomendaciones combinan datos reales con criterio humano.

El desafío es mostrar que la IA puede ayudar a imaginar un viaje, pero Hiperviajes ayuda a hacerlo posible.

### EL OBJETIVO

Crear una campaña que:

- Use la conversación actual sobre la inteligencia artificial para poner en valor el asesoramiento experto de Hiperviajes.
- Refuerce que los asesores de Hiperviajes conocen los destinos, las experiencias y las necesidades reales de las personas.
- Posicione a Hiperviajes como una marca actual, humana y confiable en la planificación de viajes.

### EL TARGET

- Personas que están pensando en viajar y usan internet, redes sociales o inteligencia artificial para inspirarse, comparar y organizar su próximo viaje.
- Viajeros curiosos y digitales, pero que al momento de comprar necesitan seguridad, respaldo y una recomendación pensada para ellos.

### LO QUE ESPERAMOS

- Ideas creativas que contrasten el mundo de las respuestas automáticas con el valor de la experiencia real.
- Que la campaña no ataque a la IA, sino que muestre su límite: puede inspirarte, pero no conoce el destino como alguien que ya estuvo ahí ni te conoce como un asesor que te escucha.
- La creatividad puede vivir en cualquier medio y canal.