

La inteligencia artificial redefine la distribución y los precios hoteleros en el Hospitality Pricing Innovation Series de Nueva York

Nueva York, octubre 2025 – La inteligencia artificial ya no es una tendencia del futuro, sino una fuerza presente que está transformando la distribución y la fijación de precios en la hotelería. Éste fue el tema central de la 4^a edición del Hospitality Pricing Innovation (HPI) Series, organizada por 123Compare.me en colaboración con la Hotel Association of New York City (HANYC) y Keytel.

Celebrado en el Park Avenue Plaza de Nueva York, el encuentro reunió a altos ejecutivos, expertos en distribución y responsables de revenue management para analizar cómo la IA y la gestión de datos están reescribiendo las reglas de la distribución hotelera. El evento concluyó con una participación destacada y generó ideas prácticas con impacto directo en la competitividad hotelera a nivel mundial.

Un sector en encrucijada

Los ponentes coincidieron en que la industria se adentra en un territorio inexplorado, pasando de negociaciones de tarifas lideradas por personas a un entorno de intercambio máquina a máquina, donde los bots gestionarán próximamente tarifas, disponibilidad y condiciones. Entre las principales conclusiones destacaron:

La integridad de precios es innegociable: proteger los canales directos frente a disparidades tarifarias es más urgente que nunca en un mundo impulsado por la IA.

La personalización tiene límites: los hoteles deben diseñar experiencias basadas en la intención y el contexto, no solo en perfiles estáticos.

El contenido es estratégico: cada idioma no cubierto en la web del hotel representa demanda perdida frente a las OTA.

Eficiencia mediante automatización: las alertas en tiempo real y los informes automáticos permiten a los revenue managers gestionar más propiedades con menos errores.

Capturar valor desde el primer punto de contacto: quien controle el primer punto de interacción con el huésped —Google, Apple o OpenAI— capturará la mayor parte del valor.

El auge del viaje experiencial: la IA agrupará la demanda de microexperiencias y las convertirá en productos reservables.

Voces del sector

Xavier Cortés, Managing Director de Keytel señaló:

“Ha sido un honor coorganizar la HPI Series en Nueva York. Las conversaciones sobre inteligencia artificial fueron de gran valor. Aunque el evento dejó acciones claras, también evidenció que la IA traerá mayores costes operativos para los hoteles. En esta nueva era, la



experiencia, el conocimiento y las alianzas de confianza son más esenciales que nunca para ayudar a los hoteles a mantener el control de su estrategia y construir su futuro.”

Jordi Serra, CEO de 123Compare.me, afirmó:

“La inteligencia artificial ya no es una conversación de futuro: está transformando la distribución hotelera hoy. Los hoteleros deben actuar ahora: organizar sus datos, fortalecer su contenido y proteger sus precios directos.”

Vijay Dandapani, presidente y CEO de HANYC, añadió:

“Nos enorgullece haber desempeñado un papel clave en la organización de este seminario pionero sobre las nuevas fronteras de la distribución digital. Ponentes y asistentes compartieron ideas que se tradujeron en propuestas de acción concretas para el futuro del sector.”

Raúl Álvarez, Global VP Digital Strategy, Innovation & eCommerce en Radisson Hotel Group, destacó el papel transformador de la IA:

“La inteligencia artificial está redefiniendo cómo nos conectamos con nuestros huéspedes y fortalecemos las reservas directas. En Radisson, vemos la IA no como un futuro lejano, sino como un socio 24/7 que nos ayuda a trabajar de forma más inteligente, proteger la integridad de precios y aportar valor con mayor eficiencia. La coherencia en precios genera confianza y mejora la reputación de marca, ya que los viajeros que perciben precios consistentes tienden a reservar directamente.”