

A Inteligência Artificial redefine a distribuição e a fixação de preços hoteleiros no Hospitality Pricing Innovation Series em Nova Iorque

Nova Iorque, outubro de 2025 – A inteligência artificial já não é uma tendência do futuro, mas uma força real que está a transformar profundamente a distribuição e a fixação de preços na hotelaria. Este foi o tema central da 4.ª edição do Hospitality Pricing Innovation (HPI) Series, organizada pela 123Compare.me em colaboração com a Hotel Association of New York City (HANYC) e a Keytel.

Realizado no Park Avenue Plaza, em Nova Iorque, o evento reuniu executivos de topo do setor hoteleiro, especialistas em distribuição e responsáveis de revenue management para analisar de que forma a IA e a gestão de dados estão a redefinir as regras da distribuição hoteleira. O encontro contou com uma forte participação e gerou conclusões práticas com impacto direto na competitividade dos hotéis a nível global.

Um setor numa encruzilhada

Os oradores concordaram que a indústria hoteleira está a entrar num território inexplorado, passando de negociações tarifárias conduzidas por pessoas para um ambiente de interação máquina-a-máquina, onde bots irão gerir, cada vez mais, tarifas, disponibilidade e condições comerciais. Entre as principais conclusões destacaram-se:

A integridade dos preços é inegociável: proteger os canais diretos contra disparidades tarifárias é mais urgente do que nunca num mundo impulsionado pela IA

A personalização tem limites: os hotéis devem desenhar experiências baseadas na intenção e no contexto, e não apenas em perfis estáticos

O conteúdo é estratégico: cada idioma não disponível no website do hotel representa procura perdida a favor das OTAs

Eficiência através da automação: alertas em tempo real e relatórios automáticos permitem aos revenue managers gerir mais propriedades com menos erros

Captar valor desde o primeiro ponto de contacto: quem controlar o primeiro ponto de interação com o hóspede — Google, Apple ou OpenAI — captará a maior parte do valor

A ascensão das viagens experienciais: a IA irá agregar a procura por micro-experiências e transformá-las em produtos reserváveis

Vozes do setor

Xavier Cortés, Managing Director da Keytel, afirmou:

“Foi uma honra coorganizar o HPI Series em Nova Iorque. As conversas sobre inteligência artificial foram extremamente valiosas. Embora o evento tenha deixado claras várias ações a implementar, também evidenciou que a IA trará custos operacionais mais elevados para os hotéis. Nesta nova era, a experiência, o conhecimento e as alianças de confiança são mais essenciais do que nunca para ajudar os hotéis a manter o controlo da sua estratégia e a construir o seu futuro.”

Jordi Serra, CEO da 123Compare.me, acrescentou:

“A inteligência artificial já não é uma conversa sobre o futuro: está a transformar a distribuição hoteleira hoje. Os hoteleiros devem agir agora, organizando os seus dados, reforçando o seu conteúdo e protegendo os seus preços diretos.”

Vijay Dandapani, Presidente e CEO da HANYC, comentou:

“Orgulhamo-nos de ter desempenhado um papel fundamental na organização deste seminário pioneiro sobre as novas fronteiras da distribuição digital. Oradores e participantes partilharam ideias que se traduziram em propostas de ação concretas para o futuro do setor.”

Por fim, Raúl Álvarez, Global VP Digital Strategy, Innovation & eCommerce do Radisson Hotel Group, destacou o papel transformador da IA:

“A inteligência artificial está a redefinir a forma como nos ligamos aos nossos hóspedes e reforçamos as reservas diretas. No Radisson, vemos a IA não como um futuro distante, mas como um parceiro 24/7 que nos ajuda a trabalhar de forma mais inteligente, a proteger a integridade dos preços e a criar valor com maior eficiência. A coerência de preços gera confiança e reforça a reputação da marca, uma vez que os viajantes que percecionam preços consistentes tendem a reservar diretamente.”