



Precios dinámicos con IA integrada de eviivo:  
Arquitectura y principios de funcionamiento



## 1. Términos clave utilizados en este documento

- **Entorno agéntico (Agentic harness):** Un sistema de IA que coordina de forma autónoma todo un proceso y utiliza herramientas especializadas según sea necesario.
- **Conjunto competitivo (Comp set):** Un grupo personalizado de alojamientos cercanos o comparables que se monitorizan para obtener información sobre precios competitivos.
- **Modelo frontier (Frontier model):** El modelo de IA más avanzado disponible en un momento determinado. Se evalúa y sustituye periódicamente.
- **Modelo de Gradient Boosting (GBM):** Un algoritmo de aprendizaje automático adecuado para datos estructurados, como información sobre reservas y precios.
- **Reglas de protección (Guardrails):** Cualquier límite de precios configurado por un alojamiento que la IA no puede superar.
- **Inferencia (Inference):** El momento en el que la IA genera una decisión de precios en tiempo real, a diferencia de la fase de entrenamiento.
- **Modelo de lenguaje grande / pequeño (LLM / SLM):** Modelos de IA que comprenden y generan lenguaje natural.
- **Machine Learning (ML):** algoritmos —reglas matemáticas y métodos estadísticos— mediante los cuales la inteligencia artificial (IA) aprende a identificar patrones para realizar predicciones precisas sobre nuevos datos.
- **SHAP (SHapley Additive exPlanations):** método gráfico que muestra hasta qué punto cada factor individual de un modelo de machine learning puede influir en una predicción de precio, haciendo que el precio previsto aumente o disminuya.

## 2. Resumen de los Precios dinámicos con IA integrada de eviivo

Los **Precios dinámicos con IA integrada** de eviivo funcionan mediante un sistema de IA agéntica. Este combina el aprendizaje automático tradicional para la previsión de la demanda y la optimización de precios con modelos de lenguaje grandes (LLM) frontier y otras técnicas de IA generativa para ofrecer razonamiento contextual, interpretación de estrategias y explicabilidad.

El sistema funciona como un **entorno agéntico (agentic harness)** en lugar de seguir un proceso lineal. Esto significa que la IA coordina todo el proceso, desde decidir qué datos recuperar —incluidas búsquedas en Internet en tiempo real durante el proceso— hasta generar tanto 1) la tarifa final como 2) la explicación en lenguaje natural de por qué ha llegado a esa tarifa. Dentro de este entorno, componentes especializados gestionan la previsión de la demanda, la interpretación de objetivos, la validación de restricciones y otras funciones, pero la **IA está presente y razona en cada etapa**, en lugar de limitarse a esperar una transferencia entre componentes.

Esta arquitectura está diseñada para evolucionar. Los distintos componentes pueden actualizarse o sustituirse de forma independiente a medida que cambia el panorama de la IA, y **el sistema aprende continuamente** a partir de ajustes manuales, comentarios de los usuarios y nuevas señales del mercado.

### 3. Arquitectura

Los Precios dinámicos con IA integrada de eviivo se describen mejor como un entorno agéntico en el que la IA está presente durante todo el proceso, coordinando, razonando e interviniendo en cada etapa. Los componentes que se detallan a continuación representan las principales fases del proceso:

#### Recuperación de datos

El sistema incorpora un conjunto de datos amplio y variado que incluye:

- **El rendimiento histórico de un alojamiento**, basado en los datos internos sin restricciones disponibles en el PMS de eviivo.
- **Fuentes de datos externas del mercado y señales de demanda** online generales.
- **Información sobre la competencia**, tanto genérica (es decir, basada en alojamientos de características similares en la misma ubicación) como procedente de un conjunto competitivo definido de forma personalizada.
- **Información completa sobre las características y servicios del alojamiento**, así como sus puntuaciones de valoración y las reseñas recopiladas en eviivo Suite (tanto de fuentes directas como de OTA).
- **Previsiones meteorológicas**.
- **Calendarios de eventos**, incluido el calendario de precios de eviivo y eventos locales adicionales proporcionados por los usuarios.

De forma especialmente importante, el agente también puede realizar búsquedas en Internet en tiempo real durante la fase de inferencia, lo que significa que **las fuentes de datos disponibles para cada decisión de precios no están limitadas a una lista fija**. El sistema decide en cada momento qué contexto necesita y actúa para obtenerlo.

#### Previsión de la demanda

Los modelos de aprendizaje automático entrenados y las técnicas de modelización de la demanda permiten prever la demanda y calcular precios candidatos. Cada noche dentro de una ventana móvil de 90 días futuros se establece el precio de forma individual para cada plan tarifario y escenario de estancia, teniendo en cuenta el contexto de las ventanas circundantes de 7 y 60 días. El análisis se basa en modelos de Gradient Boosting (GBM) desarrollados específicamente para este fin.

#### Razonamiento contextual (IA generativa)

Los modelos de lenguaje grandes frontier y otras técnicas de IA generativa interpretan:

1. Los objetivos comerciales configurados en eviivo Suite.
2. Las condiciones asociadas a los objetivos anteriores.
3. Cualquier comentario o feedback proporcionado por los usuarios.

Esta capa razona sobre el resultado del aprendizaje automático en el contexto de la estrategia del alojamiento y las condiciones actuales, traduciendo objetivos de alto nivel como «Maximizar el RevPAR una vez que la ocupación supere el 70 %» en comportamientos de precios concretos.

## Restricciones posteriores al procesamiento

Una capa de restricciones **valida que las tarifas propuestas no infrinjan las reglas de protección configuradas**, salvo cuando las reglas condicionales permitan explícitamente hacerlo. No se publica ninguna tarifa que infrinja los límites estrictos establecidos por el alojamiento.

## Resultado y explicabilidad

La tarifa final se devuelve a eviivo Suite, lista para su publicación instantánea en todos los canales conectados, junto con **dos niveles de explicación**:

1. Los valores SHAP del componente de aprendizaje automático proporcionan **contribuciones cuantitativas de cada factor**, mostrando exactamente cuánto influyó cada uno en el precio.
2. El proceso agéntico genera **una explicación en lenguaje natural** que resume los valores SHAP.

Ambos niveles se generan como parte del propio proceso de decisión y no de forma retrospectiva. Esto garantiza que lo que decide la IA y lo que explica al usuario sean siempre coherentes.

Si la interpretación de los objetivos se encuentra con un caso excepcional, el sistema prioriza por defecto la optimización del crecimiento de los ingresos, garantizando un comportamiento comercialmente coherente en todo momento.

## 4. Fuentes de datos

El sistema utiliza una amplia variedad de datos, combinando los datos propios del PMS de eviivo con información sobre la competencia, señales del mercado, contexto medioambiental e investigación web en tiempo real. En conjunto, estas fuentes proporcionan a la IA una visión completa y en tiempo real de los factores que deberían influir en cualquier decisión de precios.

En total, el motor de Precios dinámicos con IA integrada de eviivo tiene acceso a más de 100.000 millones de puntos de datos y puede procesarlos.



| Fuente                                                     | Qué incluye                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| eviivo Suite (historial completo del PMS)                  | <p><b>Datos del alojamiento:</b> Tipo, ubicación, instalaciones, servicios, accesibilidad y políticas</p> <p><b>Categoría de alojamiento:</b> Capacidad, tamaño, baños, servicios, tarifa estándar, suplementos para adultos/niños y límites de precios mínimos/máximos</p> <p><b>Estrategia de precios:</b> Modelo de plan tarifario (tarifa plana, precios según ocupación, precios según adultos/niños), precios por noche según el día de la semana o la temporada, impuestos, régimen de alojamiento, restricciones de estancia mínima/máxima, promociones y reglas de precios</p> <p><b>Políticas:</b> Políticas de cancelación y depósito, reglas de días de entrada/salida y canales OTA abiertos</p> <p><b>Datos de reservas en tiempo real:</b> Precio por noche de la habitación, impuestos, moneda y cualquier tarifa o cargo adicional por huésped. Los cambios en las restricciones se leen en tiempo real a medida que se producen</p> <p><b>Bloques de inventario:</b> Bloqueos de propietarios, limpieza y asignaciones</p> <p><b>Señales de demanda de Google Analytics:</b> Sesiones desde resultados de búsqueda y sesiones de página por alojamiento y día</p> <p><b>Reseñas de huéspedes:</b> Recopiladas del sitio web propio y de múltiples OTA. Incluyen la puntuación general y las puntuaciones por subcategorías (por ejemplo, limpieza, relación calidad-precio, ubicación, interacción con el anfitrión, expectativas, servicios y comodidad), así como el contenido textual completo de las reseñas</p> <p><b>Identificadores de anuncios en OTA y porcentajes de comisión</b></p> |
| Datos generales del mercado                                | <p>Los datos disponibles públicamente de las principales fuentes del sector hotelero, incluidas Airbnb, Booking.com y otras, abarcan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Propiedades de características similares en la zona</li> <li>2. Un conjunto competitivo definido de forma personalizada</li> </ol> <p>En ambos casos, el motor de Precios dinámicos con IA integrada de eviivo recopila el tipo de alojamiento, ubicación e instalaciones, configuración de las habitaciones, capacidad, servicios, puntuaciones de las reseñas (generales y por subcategorías), estado de «Superhost», antigüedad como anfitrión y ubicación. El sistema también recopila tarifas y precios según la fecha de entrada, incluidos los precios anteriores y posteriores a los descuentos, importes de impuestos, gastos de limpieza, otras tarifas, políticas y cargos de cancelación, precios por noche y huésped, y disponibilidad.</p> <p>Los datos de reservas agregados a nivel de mercado, incluidos ADR, noches de habitación e ingresos, se agregan por día, mes y ventana de reserva, y se segmentan por canal, tipo de alojamiento y geolocalización.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Clima                                                      | <p>Previsiones meteorológicas diarias a nivel de ciudad según geolocalización, que incluyen temperatura mínima/máxima, velocidad mínima/máxima del viento, lluvia, nieve, precipitación total, nubosidad y humedad relativa.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Eventos                                                    | <p>Eventos locales y periodos estacionales obtenidos de forma independiente, además de los eventos proporcionados en el calendario de precios de eviivo Suite (cada uno con sus propias fechas de inicio y finalización, nombre del periodo y tipo de evento) y una lista personalizada de eventos locales que identifica el impacto esperado de cada evento en las reservas.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Datos web dinámicos (en tiempo real durante la inferencia) | <p>El LLM del entorno agéntico puede realizar búsquedas en Internet durante el procesamiento. Por lo tanto, las fuentes de datos no se limitan a las anteriores: la IA decide en tiempo real si disponer de contexto adicional mejoraría una decisión de precios y, en caso afirmativo, lo recupera.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

## 5. Cómo funciona el sistema de precios

### Ventana de optimización

Se basa en una ventana móvil de 90 días futuros, no en meses naturales individuales. Cada noche se establece el precio de forma individual para cada plan tarifario, teniendo en cuenta el contexto de las ventanas circundantes de 7 y 60 días.

### Interpretación de objetivos

La configuración de IA de eviivo permite definir estrategias de precios personalizadas con restricciones y objetivos establecidos en diferentes niveles. Los objetivos incluyen maximizar el RevPAR, la ocupación o el precio, y se aplican desde el nivel de cartera del grupo hasta los niveles de alojamiento y categoría de alojamiento, salvo que se establezca explícitamente una configuración diferente.

Esta jerarquía ofrece un nivel de granularidad completo. Por ejemplo, un grupo de hoteles boutique podría decidir «Maximizar la ocupación» a nivel de cartera, pero cambiarlo a «Maximizar el RevPAR» para un alojamiento emblemático y volver a modificarlo a nivel de categoría para que las suites premium prioricen la tarifa mientras las habitaciones estándar buscan llenar el alojamiento, con todas las configuraciones de objetivos funcionando simultáneamente. La IA de eviivo interpreta estos objetivos en distintos niveles junto con la lógica condicional (como los umbrales de ocupación) y los traduce en comportamientos de precios.

### Aprendizaje a partir de ajustes manuales

Los ajustes manuales se tratan como variables para el siguiente ciclo de precios. La IA de eviivo aprende tanto del hecho de que se haya modificado un precio como del nuevo precio establecido, incorporando esta señal en las recomendaciones posteriores.

### Feedback de los usuarios

El feedback expresado en lenguaje natural puede incorporarse al proceso de razonamiento de la IA.

El feedback se procesa diariamente, siempre que sea actual y tenga menos de 3 días de antigüedad.

Durante las primeras pruebas, el sistema incorporó feedback después de un incidente técnico inesperado que dejó algunas habitaciones temporalmente no disponibles. Como respuesta, AI Pricing ajustó automáticamente las tarifas hacia una estrategia más agresiva para compensar cualquier déficit de ingresos antes de finalizar el mes.

## Algoritmos y modelos

- **Aprendizaje automático:** Modelos de ML entrenados y técnicas de modelización de la demanda. Los modelos de Gradient Boosting (GBM) constituyen el enfoque principal.
- **IA generativa (LLM):** Se utilizan LLM frontier para el razonamiento contextual, la interpretación de objetivos y la explicabilidad. Los modelos se evalúan y sustituyen periódicamente, ya que utilizar un único modelo reduciría la precisión.
- **IA generativa (no LLM):** Otras técnicas de IA generativa utilizadas junto con los LLM.
- **Explicabilidad:** se utiliza un gráfico SHAP para ofrecer una visualización sencilla de la contribución cuantitativa de cada grupo de factores de pricing.
- **Experimental:** cuando resulta relevante y específico para el caso de uso, se utilizan modelos de lenguaje pequeños (**SLM, Small Language Models**) para mejorar el rendimiento.

## 6. Explicabilidad

Cada decisión de precios va acompañada de una explicación completa, generada como parte del propio proceso de decisión. Esto funciona en dos niveles:

1. **A nivel cuantitativo,** los valores SHAP de los modelos de ML muestran exactamente cuánto ha contribuido cada variable al precio recomendado. Estos valores generan las visualizaciones de factores dentro del producto, agrupadas en categorías que incluyen:
  - Tipo de alojamiento y capacidad
  - Historial de reservas y ocupación
  - Ventana de reserva y ritmo de reservas
  - Calendario y disponibilidad
  - Datos de la competencia
  - Eventos
  - Reseñas de huéspedes
  - Mercado y ubicación
  - Políticas y restricciones
  - Historial de precios, estacionalidad y fines de semana
  - Clima
2. **A nivel de razonamiento,** el proceso agéntico genera una explicación en lenguaje natural de la decisión, basándose en el mismo contexto que utilizó para determinar el precio. El LLM específico que genera la explicación puede cambiar con el tiempo a medida que los modelos se evalúan y sustituyen, pero la explicación siempre procede del mismo proceso de toma de decisiones y no de un sistema independiente que analiza el resultado posteriormente. Se espera que esta funcionalidad sea la que más evolucione con el tiempo a medida que los LLM avanzan y adquieren capacidades cada vez mayores.

## 7. Métricas y KPIs

Los siguientes KPIs principales se agregan por categoría de alojamiento y son utilizados por los Precios dinámicos con IA integrada de eviivo:

- **Inventario disponible:** Inventario total menos inventario bloqueado
- **Ocupación neta %:**  $\text{Inventario vendido} / \text{inventario disponible} \times 100$
- **Tarifa media diaria (ADR):**  $\text{Ingresos netos por habitación} / \text{inventario vendido}$
- **RevPAR:**  $\text{Ingresos netos por noche de habitación} / \text{inventario disponible}$  (equivalentemente:  $\% \text{ de ocupación} \times \text{ADR}$ )
- **Ritmo de reservas % (inventario):**  $\text{Inventario vendido en un momento determinado} / \text{inventario disponible al final del periodo} \times 100$
- **Ritmo de reservas % (ingresos):**  $\text{Ingresos por habitación vendidos en un momento determinado} / \text{ingresos por habitación al final del periodo} \times 100$
- **Pickup:** Nuevo inventario o ingresos vendidos en un momento determinado, menos las cancelaciones realizadas en ese mismo momento
- **Tasa de pickup:**  $\text{Pickup} / \text{días del periodo}$

Las previsiones utilizan tanto un método sencillo —escalando las estancias hasta la fecha según la proporción del año anterior— como un método más avanzado que utiliza las reservas futuras ya confirmadas, también escaladas según la proporción del año anterior, teniendo en cuenta al mismo tiempo el posible impacto de futuras cancelaciones.

## 8. Caso de estudio

Un hotel de 3 estrellas de Londres introdujo por primera vez la solución de **Precios dinámicos con IA integrada de eviivo** a finales de junio de 2026. Un año antes, el hotel había alcanzado una **ocupación del 83 %**, con un RevPAR de 128 £ e ingresos de aproximadamente 91.000 £.

El principal objetivo establecido por el hotelero era inequívoco: **maximizar el RevPAR**.

Superar un nivel de ocupación ya muy razonable del 83 % suponía un reto, especialmente porque:

- Todas las métricas KPI principales estaban por debajo de los niveles esperados al comienzo de julio.
- El hotel perdió dos reservas de grupos importantes el 8 de julio, apenas unos días antes de que entraran en vigor los cargos por cancelación.

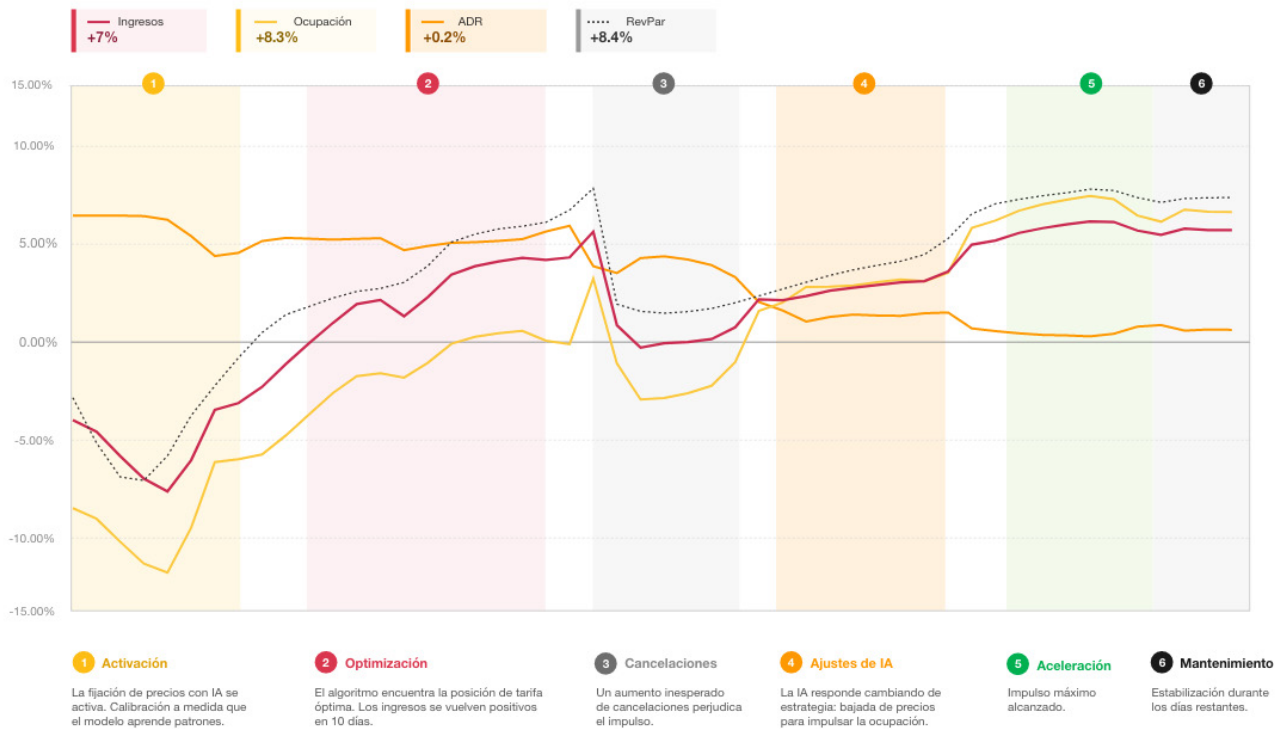
El siguiente gráfico muestra cómo la IA reaccionó de forma inmediata al contexto específico de este hotel. Representa la evolución mensual del hotel durante julio, día a día, y la compara con el rendimiento del hotel en el mismo momento del año anterior. Todas las cifras se expresan como una **mejora interanual (%)**.

**Desde el 1 de julio, el hotel pasó a utilizar Precios dinámicos con IA integrada en modo piloto automático con IA completa**, partiendo de un nivel de ocupación bajo en comparación con el año anterior. Por ello, la IA redujo inicialmente el precio hasta que los niveles de ocupación y los ingresos comenzaron a responder positivamente.

El 8 de julio, el hotel recibió una cancelación importante e inesperada y perdió una cantidad considerable de ingresos, tal como muestra el gráfico. Los **Precios dinámicos con IA integrada de eviivo** adoptaron una estrategia de precios más agresiva para recuperar el terreno perdido.

## Línea de tendencia de KPI – Crecimiento interanual

Seguimiento diario del crecimiento de RevPAR, ingresos, ocupación y ADR  
Julio de 2026 en comparación con julio de 2025



## Los resultados

- **El RevPAR aumentó un 8,4 %**, pasando de £128 a £139.
- **Los ingresos aumentaron casi un 7 %**, hasta alcanzar £97.300.
- **La ocupación mejoró un 8,3 %**, pasando del 83 % al 90 %.
- **El ADR mejoró un 0,2 %**, hasta £154,50.

En julio de 2026, la ocupación de los hoteles de Londres se situó entre el 81 % y el 88 %, mientras que en agosto osciló entre el 75 % y el 81 %.

Este hotel de 3 estrellas, funcionando con piloto automático de IA completo, superó al mercado al alcanzar una ocupación del 90 % durante ambos meses. Además, registró un crecimiento del 8,3 % en julio y del 20 % en agosto.

De forma anecdótica, en algún momento durante las pruebas, la IA hizo algo que ningún ser humano esperaba: durante varios días, estableció el precio de una habitación con desayuno incluido por debajo de la tarifa no reembolsable de solo alojamiento.

La IA había determinado que la flexibilidad parecía justificar una prima de precio mucho mayor que el desayuno. En otras palabras, el modelo identificó por sí solo un comportamiento de demanda que no era evidente a simple vista.

## 9. Principios de funcionamiento

**Agéntico, no monolítico.** Los Precios dinámicos con IA integrada de eviivo funcionan como un entorno de coordinación que abarca todo el proceso, no como un único paso dentro de una cadena secuencial. El modelo de IA razona sobre la recuperación de datos, la previsión, la interpretación de objetivos y la validación de restricciones como una decisión unificada, no como una cadena de tareas aisladas.

**Flexibilidad de LLM.** Se utilizan modelos frontier, que se sustituyen periódicamente a medida que evoluciona el mercado. También se utilizan SLM para optimizar los costes y el rendimiento. Esta versatilidad garantiza que los Precios dinámicos con IA integrada de eviivo puedan beneficiarse siempre de los últimos avances en LLM.

**Orientado a objetivos, con una red de seguridad de ingresos.** El sistema persigue los objetivos y estrategias definidos por el usuario, pero prioriza por defecto la optimización del crecimiento de los ingresos si ocurre algo inesperado.

**Aprendizaje continuo.** Los ajustes manuales, los comentarios de los usuarios y los nuevos datos contribuyen al razonamiento del sistema en los ciclos de precios posteriores. Por tanto, cada intervención humana hace que el sistema sea más inteligente.

**Explicable por diseño.** El mismo proceso agéntico que toma las decisiones de precios genera las explicaciones en ambos niveles (contribuciones cuantitativas de los factores basadas en SHAP y razonamiento en lenguaje natural), garantizando que lo que decide la IA y lo que comunica al usuario estén siempre alineados.

**Consciente del contexto en tiempo real.** El sistema no depende exclusivamente de un conjunto de datos fijo. Durante la fase de inferencia, la IA puede realizar búsquedas en Internet, incorporar nuevo contexto e incluir información que no había visto anteriormente en una decisión de precios. Las fuentes de datos que influyen en una tarifa determinada están limitadas únicamente por lo que el modelo de IA considera relevante.

## 10. Cómo aplica eviivo los principios éticos y las reglas de protección para la seguridad de la IA

- **Información personal:** El modelo está diseñado para garantizar que el modelo de Precios dinámicos con IA integrada de eviivo nunca consuma ni revele información personal y que se respeten las directrices del RGPD.
- **Información de tarjetas de crédito y pagos:** eviivo Suite no almacena información de tarjetas de crédito, ya que todas las tarjetas están cifradas y tokenizadas conforme al estándar PCI DSS.
- **Scraping:** Los datos externos se obtienen mediante scraping de datos públicos disponibles en Internet. El scraping se realiza de forma profesional y ética, utilizando únicamente datos de mercado disponibles públicamente y cumpliendo plenamente cualquier permiso o restricción establecido por los sitios web. Se lleva a cabo fuera de las horas punta siguiendo un enfoque «follow the sun» y nunca supera los umbrales de consultas de bajo impacto, con el fin de evitar sobrecargar el sitio web objetivo.
- **Seguridad:**
  - eviivo se somete a **rigurosas auditorías independientes anuales para el cumplimiento de las normativas NF525 y PCI**. Esto incluye auditorías presenciales que se realizan durante varias semanas, así como una serie de pruebas de penetración.
  - eviivo utiliza una **infraestructura de seguridad multicapa**, con su propio firewall, su propio sistema de detección de intrusiones y protección frente a virus/troyanos y ransomware, además de límites de frecuencia y un servicio de retirada para hacer frente al phishing.
  - eviivo cuenta con un **servicio de recuperación ante desastres** que utiliza un centro de datos de respaldo, protegido adicionalmente mediante un servicio de protección integral contra ataques DDoS.
  - Los sistemas internos y entornos de desarrollo propios de eviivo están completamente segregados de la plataforma de producción, y eviivo ha implementado **autenticación multifactor** en toda la organización.
- **Seguridad de la IA:** Los LLM de IA generativa y las técnicas de ML utilizados por los **Precios dinámicos con IA integrada de eviivo** leen y transfieren datos de precios o información sobre servicios desde y hacia eviivo Suite mediante una API segura con autenticación completa, además de las medidas de seguridad descritas anteriormente. Esto garantiza que los propios modelos LLM y ML no tengan acceso directo a la plataforma de producción. Cualquier procesamiento de IA se realiza en un entorno segregado, y los datos consumidos mediante webhooks se devuelven a través de una API segura después del procesamiento. La API no permite acceder a datos personales, información de tarjetas, contraseñas ni información de perfiles de usuario.
- **Sin colusión.** Aunque los **Precios dinámicos con IA integrada de eviivo** acceden a múltiples fuentes de datos para determinar el precio óptimo, no revelan ni comparten precios específicos de la competencia, y estos últimos son solo uno de los numerosos factores que se tienen en cuenta. **eviivo no proporciona ni actúa como un centro de fijación de precios.** Este enfoque protege a los usuarios frente a posibles riesgos legales. El precio de cada cliente se optimiza de forma independiente. Las tarifas de un cliente no son visibles para otros clientes ni se utilizan para establecer sus precios.

## 11. En qué se diferencian las herramientas de precios basadas en IA

Hay dos dimensiones principales que deben tenerse en cuenta al evaluar cómo funciona una herramienta de precios y hasta qué punto se adapta a tu negocio:

1. **Modelo operativo:** La forma en la que interactúas con la herramienta.
2. **Tipo de IA:** El tipo de inteligencia que dirige la herramienta.

### Tres modelos operativos

#### Configuración avanzada

La estrategia de pricing se diseña mediante una configuración detallada que incluye, entre otros elementos: precios base; tarifas mínimas y máximas; descuentos por reserva anticipada (early bird); incrementos de precio de última hora; reglas de gap; perfiles estacionales; ajustes según el día de la semana.

Las herramientas de pricing que utilizan configuraciones avanzadas y algoritmos de machine learning suelen pronosticar la demanda y calcular las tarifas automáticamente.

Sin embargo, los resultados dependen en gran medida de: la calidad de la configuración inicial; hasta qué punto la herramienta puede adaptarse a las necesidades específicas del negocio; la frecuencia y calidad de su mantenimiento y optimización.

Estas herramientas recompensan la experiencia y la inversión de tiempo. Su máximo rendimiento se consigue normalmente cuando existe una gestión activa y continua del sistema.

#### Automatización guiada

Este modelo ofrece capacidades de previsión similares a las herramientas de configuración avanzada, pero con un enfoque que requiere menos intervención. Las herramientas de automatización guiada están diseñadas para funcionar con una configuración mínima. Estableces un precio base, defines tus límites, seleccionas tu objetivo y dejas que el sistema se encargue del resto.

Varias herramientas de esta categoría ofrecen formas de ajustar la dirección del algoritmo, como **controles de agresividad** (que permiten controlar hasta qué punto el algoritmo toma decisiones de precios más o menos atrevidas), **ajustes predefinidos de estrategia** (por ejemplo, indicar al algoritmo que maximice la ocupación hasta alcanzar un determinado nivel antes de centrarse en la tarifa) y combinaciones de ambos, que permiten un mayor nivel de personalización.

#### Pricing nativo del PMS

Aunque las herramientas de pricing del PMS suelen incluir elementos de los modelos anteriores, merecen su propia categoría porque ofrecen funcionalidades y ventajas de integración únicas.

## **Dos tipos principales de IA**

Todas las herramientas mencionadas en esta guía utilizan técnicas de ML para prever y predecir aspectos como la demanda futura y la sensibilidad al precio. La diferencia está en cómo cada herramienta transforma esos datos en tarifas, con dos opciones principales.

### **ML predictivo**

Un algoritmo de ML predictivo toma datos históricos, señales del mercado y parámetros que has configurado y calcula el precio que mejor se adapta a esos datos. Así es como funciona la gran mayoría de las herramientas de pricing, y las mejores implementaciones pueden ofrecer resultados excepcionales. Cuando quieres cambiar el comportamiento de la herramienta, modificas un ajuste, normalmente mediante un control o una regla. Sin embargo, estas herramientas pueden requerir mucho tiempo para 1) configurarlas para obtener los mejores resultados y 2) gestionarlas en el día a día.

### **Precios dinámicos con IA integrada**

Con el avance de las capacidades de la IA, está surgiendo un nuevo enfoque que consiste en integrar un modelo de ML completo directamente dentro de una estructura de IA generativa. La IA generativa es un tipo de modelo de ML capaz de generar contenido nuevo (como texto o imágenes) hasta alcanzar un nivel en el que su comportamiento puede ser comparable al humano. Entre las herramientas de IA generativa más conocidas se encuentran Claude, ChatGPT y Gemini.

Este enfoque puede crear estrategias de precios personalizadas basadas en configuraciones de objetivos únicas. Permite a la IA procesar más de mil millones de puntos de datos y actuar de forma más dinámica (es decir, con un mayor «sentido común») a la hora de adaptar la estrategia en función del rendimiento actual, como ante una cancelación importante e inesperada a mitad de mes.

Este enfoque combina especialmente bien con la explicabilidad de la IA mediante lenguaje natural, que se utiliza ampliamente entre distintos proveedores, pero funciona aún mejor cuando la decisión subyacente ha sido tomada por la misma IA. Aunque muchos proveedores utilizan IA generativa para ofrecer explicaciones, la herramienta subyacente suele estar basada en sus propios algoritmos de ML.

## 12. Cinco preguntas que debes hacerte si estás pensando en automatizar los precios

### 1. ¿Quién gestiona los precios en el día a día?

Si tienes un revenue manager al que le gusta crear conjuntos competitivos, ajustar precios, actualizar extranets y probar estrategias de precios, una herramienta de configuración avanzada sabrá aprovechar ese esfuerzo.

Si tu principal objetivo es mejorar tu reputación y aumentar las reservas directas, considera la automatización en lugar de la gestión manual de ingresos. Dejar que la IA haga el trabajo inicial te permite centrarte en el análisis de precios, supervisar la IA, establecer estrategias de grupo y límites para las tarifas corporativas negociadas, o trabajar en el posicionamiento digital de tus productos. El precio importa, pero es solo un componente del conjunto.

Si el pricing es simplemente una de las veinte cosas que gestionas, deberías buscar una herramienta que ejecute en lugar de limitarse a recomendar. Las buenas herramientas te permiten mantener el control y frenar cuando sea necesario, al mismo tiempo que eliminan las tareas de pricing más tediosas.

### 2. ¿Puede la herramienta aplicar diferentes estrategias a distintas partes de tu negocio?

Un único objetivo de precios aplicado de forma uniforme puede ser suficiente para una casa de huéspedes de cinco habitaciones. Sin embargo, es posible que necesites mayor flexibilidad si gestionas varias propiedades o una cartera híbrida y tienes diferentes categorías de alojamiento en distintas ubicaciones y con diferentes funciones comerciales.

En ese caso, comprueba si:

- La herramienta permite variar tus objetivos y estrategias por segmento (es decir, a nivel de grupo, alojamiento y categoría), con un único inicio de sesión y desde un único calendario.
- Esas variaciones heredan valores predeterminados adecuados para que no tengas que configurar todo desde cero.

### 3. ¿Hasta qué punto son rígidas las reglas de protección?

Los precios mínimos fijos protegen tu tarifa, pero no pueden responder a las condiciones cambiantes. Algunas herramientas permiten que la IA ajuste sus propias reglas de protección cuando se cumplen determinadas condiciones que tú defines, como una baja ocupación, una ventana de reserva amplia o huecos en el calendario. Esta **flexibilidad condicional puede recuperar ingresos** que un límite mínimo rígido dejaría sin aprovechar.

## 4. ¿De dónde proceden las tarifas?

Las tarifas pueden generarse en una herramienta de terceros y enviarse posteriormente a tu PMS, o generarse directamente dentro del PMS. Un motor de precios integrado en tu PMS elimina un paso de sincronización, un segundo inicio de sesión y una relación de soporte adicional. Una herramienta independiente puede ofrecer una mayor profundidad de configuración.

Ambas opciones son válidas; la cuestión es qué equilibrio se adapta mejor a ti.

## 5. ¿Cómo escala el coste?

Las **comisiones basadas en un porcentaje de los ingresos** ofrecen el enfoque con mejor equilibrio entre riesgo y beneficio: aumentan cada vez que mejora el rendimiento y disminuyen cuando el negocio cae. Por ejemplo, si el pricing te cuesta el 1 % de los ingresos pero genera una mejora del 5 %, sales ganando.

Las **tarifas por anuncio o por habitación** se mantienen estables y también pueden ofrecer descuentos por volumen que te ayuden a escalar y mejorar tus métricas unitarias a medida que creces.

Para una cartera en crecimiento, la diferencia de costes puede acumularse considerablemente a lo largo de varios años.

## Elegir la opción adecuada

La mejor herramienta de pricing basada en IA es la que se adapta a la forma en que quieres trabajar.

Si buscas la máxima capacidad de configuración y disfrutas del trabajo de pricing, además de contar con los conocimientos necesarios para utilizarla, una herramienta de configuración avanzada puede ser la opción adecuada para ti.

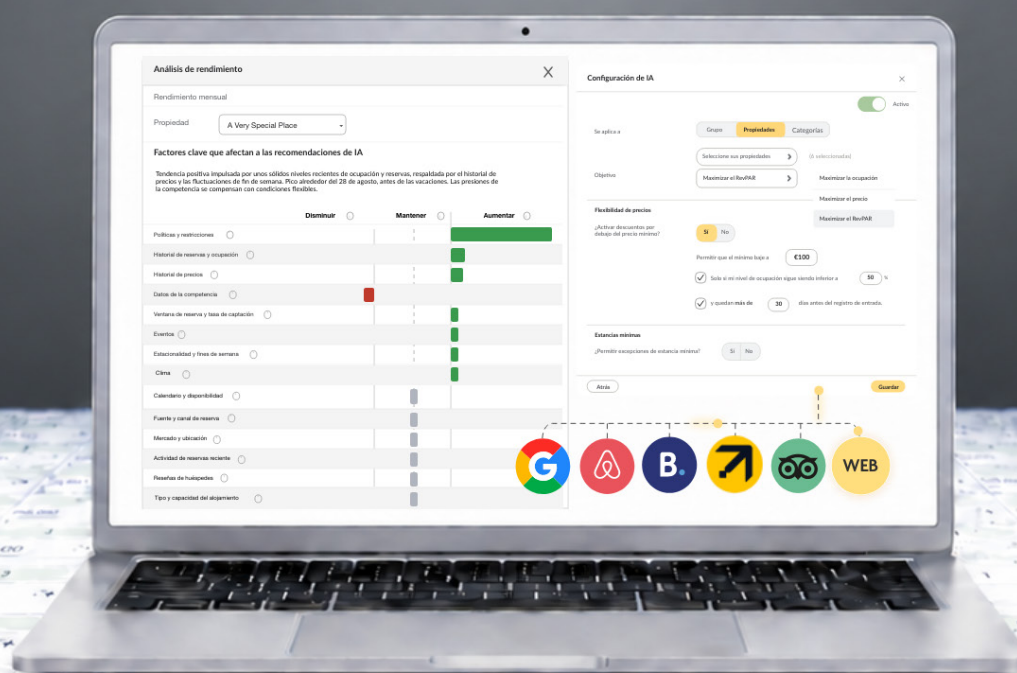
Si quieres que los precios funcionen de forma autónoma con una dirección estratégica sencilla y eficaz, existen varias opciones excelentes de automatización guiada.

Los Precios dinámicos con IA integrada de eviivo están diseñados para ti si quieres:

- Definir estrategias diferenciadas para distintas partes de tu negocio.
- Establecer reglas condicionales que determinen cuándo la IA puede ajustar sus propias reglas de protección.
- Gestionarlo todo dentro de la misma plataforma que utilizas para administrar el resto de tu negocio, con la seguridad de poder supervisar fácilmente los resultados y recuperar el control en cualquier momento.

**Listo para probar la solución de precios dinámicos integrada con IA de eviivo?**  
Reserva a continuación una demostración gratuita con uno de nuestros asesores expertos.

**RESERVA UNA DEMOSTRACIÓN GRATUITA**



**eviivo**

PARA MÁS INFORMACIÓN, CONTACTA CON

SALES@EVIIVO.COM | +34 911 876 648