

La inteligencia artificial, el compañero del hostelero con el que se perfecciona la experiencia e incrementa el beneficio

La tecnología en el sector Horeca ha sido una cuestión analizada durante la segunda jornada de HIP 2025 con expertos de Microsoft, Catalonia Hoteles o RIU, quienes han avanzado que la IA también ayudará a gestionar la sostenibilidad

En cuanto a marketing digital, la cumbre ha analizado la tendencia en auge de ser auténtico en redes sociales para generar comunidades sólidas

Madrid, 11 de marzo de 2025. – La hostelería vive un momento de cambio definido por la creación de experiencias únicas con las que diferenciarse y ganar competitividad. Para ello, la tecnología ha entrado en juego en los últimos años con herramientas como la IA o el marketing digital, con las que logra hiperpersonalizar momentos, automatizar procesos y maximizar los recursos, entre muchas otras posibilidades.

Con el objetivo de analizar cómo la tecnología y la presencia en el entorno *online* pueden impulsar la rentabilidad de los negocios, [HIP 2025](#), la mayor feria europea de soluciones Horeca, ha reunido en su segunda jornada a expertos que han compartido algunas de las estrategias digitales con las que responder a los desafíos actuales.

En este sentido, uno de los temas más cadentes en la industria hostelera hoy en día es cómo y cuándo aplicar la IA, y, sobre todo, para qué y por qué. Al respecto, **Juan Gil**, Travel & Hospitality Director en Microsoft, ha explicado en HIP 2025 que *“entre los beneficios de utilizar la IA en el sector turístico están el poder enriquecer la experiencia de empleado, reinventar el ‘engagement’ con clientes y reformular procesos de negocio”*. Además, la inteligencia artificial permite aumentar la personalización de los servicios y mejorar la atención al cliente, como los asistentes virtuales, que en un caso expuesto por Gil, *“ha llevado a un incremento del 25% en las tasas de conversión de reservas. Y, por otro lado, ofrece recomendaciones personalizadas basadas en el comportamiento y preferencias de los usuarios”*.

Marc Planas, Director de organización y sistemas de Catalonia Hotels, ha expuesto que *“uno de los retos de la IA es que afecta a tareas transversales, por esta razón debemos romper la idea de trabajar por departamentos y empezar a trabajar de forma holística. Para ello necesitamos estar conectados y compartir los conocimientos a través de una estrategia que nos permita sacarle el mayor provecho”*.

De acuerdo con **Manel Jaile**, Director del Hotel RIU Plaza España, el reto está *“a nivel operativo, pero también significa un cambio a mejor, tanto en eficiencia como en experiencia de cliente. Con la IA podemos mejorar los procesos diarios más rutinarios evitando esperas y dando una sensación al huésped de que todo está bajo control. Además, en un futuro, esta tecnología nos ayudará también a optimizar la gestión de la sostenibilidad”*.

Prueba de la irrupción de la IA en los negocios del sector es el ejemplo que ha compartido **Javier Pérez**, Director General de VP Hoteles & Ginkgo Restaurants, quien ha admitido que han

“dedicado todo el 2024 a la formación de la IA para quitar el miedo, ver las herramientas y seleccionar las más útiles para nosotros. La aplicamos en todas las áreas, desde compras, hasta ‘revenue’. Incluso hemos creado una división solo de IA, queremos que sea nuestro asistente en cada paso. Con ella ganamos agilidad y le damos más espacio al equipo para pensar al eliminar las tareas rutinarias”.

Más auténticos para hacer más comunidad

Por lo que hace al poder del marketing, **Ana Día del Río**, Global PR & Comunicación Manager de la empresa internacional de analítica Metricool, ha afirmado durante su intervención que *“la tendencia en redes sociales es la autenticidad para generar comunidad. O lo que es lo mismo, pasar del marketing digital al ‘creator economy’: hacer grupos sólidos con contenido cotidiano”*. En relación con esta inclinación, ha destacado también el fenómeno, cada vez más común, de creadores de contenido que se pasan al sector Horeca una vez cuentan con una comunidad amplia y sólida.

Día del Río, también ha querido aprovechar para destacar la importancia de *“aprender a medir y ver cuáles son las publicaciones que más impacto han tenido, así como duplicarlas en diferentes plataformas como en TikTok o en Instagram -concepto que lleva el nombre de ‘multiposting’- para poder comparar resultados. La IA nos ayuda a analizar estos datos de comportamiento y conocer las preferencias de nuestros clientes, y saber qué clase de contenido generar”*.

HIP – Horeca Professional Expo (10-12 de marzo de 2025, IFEMA MADRID): es el mayor evento de innovación para profesionales de la hostelería y la restauración que reúne cada año en Madrid las últimas soluciones, tendencias y modelos de negocio para mejorar la competitividad de esta industria. Además, en el marco de HIP se celebra el congreso Hospitality 4.0 Congress, con 10 auditorios, más de 30 summits y más de 750 ponentes con una agenda específica para cada profesional con las últimas innovaciones para cada segmento de la industria: hotel, restaurante, bar, colectividad, delivery/take away y servicios al viajero.