

Fecha: 13-01-2026

Medio: Revista La Agencia de Viajes

Supl.: Revista La Agencia de Viajes

Tipo: Noticia general

Título: La IA, nueva clave en la fijación de precios de los tickets aéreos

Pág.: 53

Cm2: 538,8

Tiraje:

Lectoría:

Favorabilidad:

207

621

☐ No Definida

La IA, nueva clave en la fijación de precios de los tickets aéreos

Las aerolíneas ya están utilizando inteligencia artificial para fijar los precios de los tickets aéreos. Cómo opera y cuáles son sus beneficios.

■ **POR MATEO CASAL**
redaccion19@ladevi.com

La inteligencia artificial se ha transformado en un actor clave detrás de la operativa de las aerolíneas, al optimizar la gestión y dinamizar los precios de los vuelos en tiempo real.

En un nutrido informe, PhocusWire desvela las claves acerca de la ciencia que guía a la IA en las compañías aéreas.

La IA, clave para el revenue management

La gestión de ingresos conocida como revenue management es clave para que las aerolíneas garanticen la ocupación de sus asientos, evitando pérdidas, que en muchos casos se ocasionan por malas prácticas de los agentes.

Gracias a la inteligencia artificial, las aerolíneas pueden analizar grandes volúmenes de datos y crear ofertas dinámicas en tiempo real. La IA aprende del comportamiento del consumidor, analiza los precios de la competencia, recaba información sobre eventos externos y releva tendencias de compra de ancillaries, con el fin de recomendar precios más



La IA aprende del comportamiento del consumidor, analiza los precios de la competencia, recaba información sobre eventos externos y releva tendencias de compra de ancillaries, con el fin de recomendar precios más relevantes y rentables.

relevantes y rentables. Además, el NDC, en continuo crecimiento, facilita y acompaña la implementación de la inteligencia artificial, impulsando una transición hacia precios continuos.

Así, la IA integra precios dinámicos directamente dentro del proceso de revenue management, y PhocusWire anticipa que la personalización de ofertas será el futuro.

Aerolíneas como Lufthansa y airBaltic ya implementan tecnología de fijación dinámica de precios, logrando resultados positivos en la gestión de ingresos.

Más beneficios para las aerolíneas

La inteligencia artificial do-

tó a las aerolíneas de múltiples ventajas, mejorando sus operativas y estableciendo precios más competitivos para sus clientes.

A saber:

- Mejores precisiones en la predicción de la demanda.
- Actualización de la oferta en tiempo real.
- Soporte de la tarea humana, evitando errores.
- Fidelización del cliente gracias a precios actualizados y competitivos.
- Potencial de incremento de ingresos del 3% al 5%, gracias a la predicción de demanda y la fijación dinámica de precios.
- Ventajas frente a los sistemas basados en reglas: le-

jos de ser sistemas estáticos y reactivos, la IA elabora predicciones basadas en aprendizaje y recolección de datos constante, adaptándose rápido a un contexto de cambio permanente.

Mitos sobre la fijación dinámica de precios

El estudio de PhocusWire apunta a desmitificar ciertas preocupaciones sobre el rol y funcionamiento de la inteligencia artificial, tales como:

• **La IA no es una vigilancia personalizada:** la fijación dinámica de precios analiza tendencias de demanda, niveles de inventario, estacionalidad y señales competitivas para recomendar precios basados en las estrategias de cada empresa. No utiliza información de identificación personal PII con el fin de dirigir valores a individuos.

• **No solo busca la maximización de beneficios:** además de ser una herramienta para intentar aumentar los ingresos, la IA puede colaborar en la cuota de mercado o el valor del cliente.

• **No es arbitraria ni impredecible:** la inteligencia artificial se basa en datos y utiliza entradas consistentes para hacer recomendaciones de precios explicables. Con un uso correcto, las variaciones de valores resultan transparentes y cumplen con las reglas comerciales.

• **No reemplaza al juicio humano:** lejos de desplazar el trabajo humano, la IA lo potencia y complementa con recomendaciones actualizadas. Además, las aerolíneas son las que implementan las estrategias, supervisan y toman la decisión final.