

Hoteles y soluciones transversales



Hoteles

Impacto medio-bajo



2025 ha sido un año de avances constantes para el sector de los viajes. La recuperación de la industria sigue consolidándose: el turismo internacional creció un 5 % en el primer semestre del año respecto a 2024, lo que refleja una mejora gradual. Los viajeros demandan más personalización, flexibilidad y experiencias fluidas y sin contratiempos. Los hoteleros, por su parte, están respondiendo con una tecnología más inteligente y plataformas integradas.

La ocupación no ha dejado de aumentar, y regiones como Oriente Medio y Asia-Pacífico muestran sólidas perspectivas de crecimiento en los próximos años. No obstante, la ocupación global sigue por debajo de los niveles previos a la pandemia, lo que pone de manifiesto que aún existe margen de recuperación y necesidad de actuar estratégicamente.

Captar huéspedes a través de múltiples canales influye de manera significativa en el rendimiento hotelero. El canal web directo de las marcas ha crecido un 5 % desde 2019 y ya representa el 30 % de la demanda, lo que permite a los hoteles recopilar datos muy valiosos de los huéspedes para impulsar las iniciativas de vinculación y fidelización. Sin embargo, no es el único ámbito de crecimiento: las agencias de viajes en línea también han aumentado su cuota en un 2 % en el mismo periodo y siguen siendo fundamentales para la generación de demanda. Ahora bien, los hoteles deben gestionar cuidadosamente las implicaciones

financieras de su dependencia de las OTA para proteger su rentabilidad.

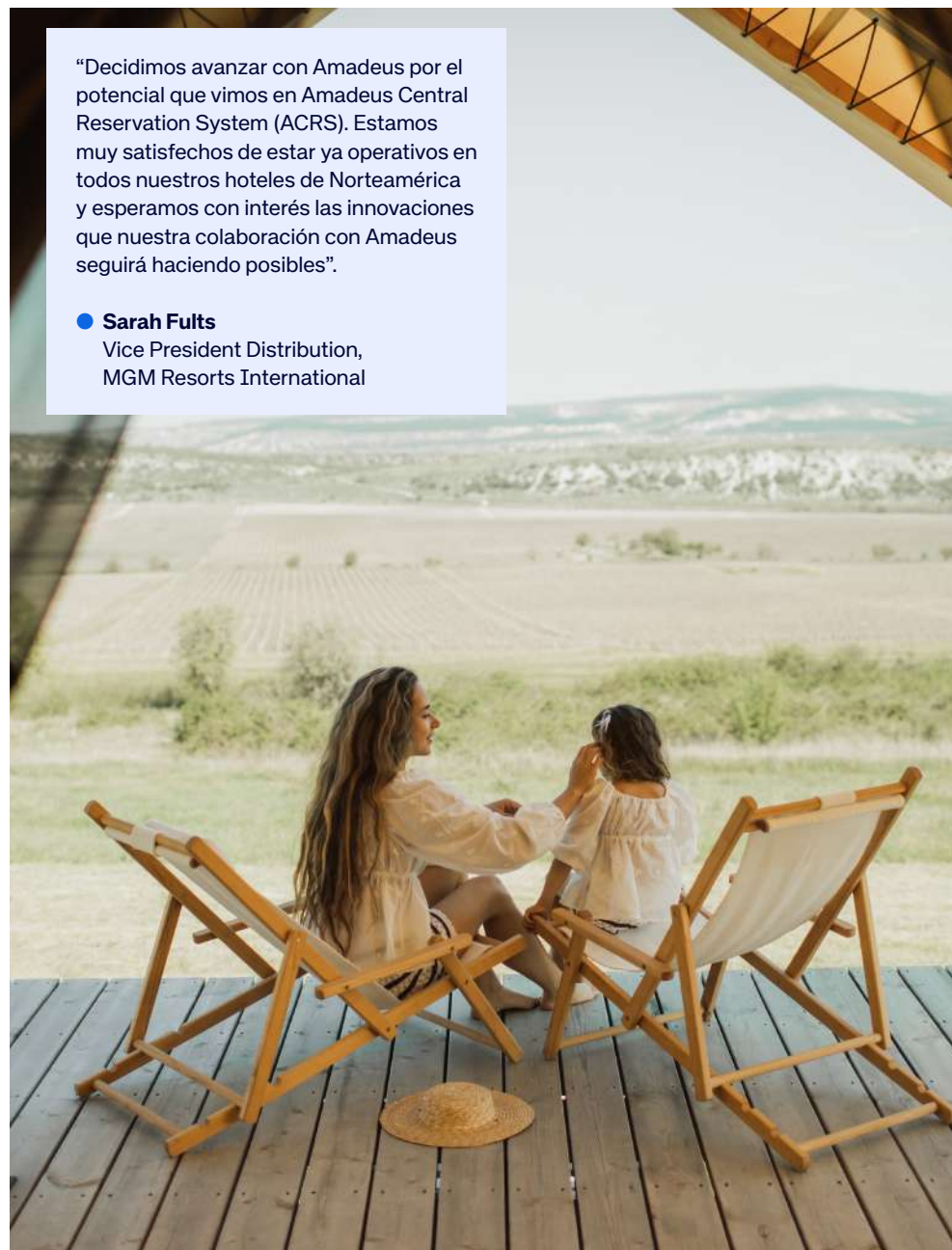
Esta dinámica añade presión adicional a los hoteles para impulsar los ingresos por habitación disponible (RevPAR, por sus siglas en inglés) y la tarifa media diaria (ADR, por sus siglas en inglés). Aunque ambos indicadores han crecido en gran medida por efecto de la inflación, la comercialización será esencial para desbloquear nuevas mejoras y aumentar la rentabilidad global.

Los hoteles están adoptando estrategias de *marketing* basadas en datos y enfoques omnicanal para generar demanda rentable —especialmente en el segmento medio y en el de ocio—, al tiempo que abordan la escasez de personal y la desconexión entre sistemas. De cara a los próximos años, Amadeus está dando forma al futuro del sector de la hostelería conectando datos, tecnología y personas para ofrecer experiencias personalizadas que refuercen la fidelidad y generen resultados. La oportunidad no consiste solo en resolver los retos de hoy, sino en reimaginar la hostelería.

Con un mercado potencial de alrededor de 14.000 millones de dólares, Amadeus se encuentra en una posición idónea para lograr un crecimiento significativo y aspira a convertirse en el proveedor tecnológico n.º 1 del sector de la hostelería. Esta aspiración se sustenta en la innovación, las alianzas y la convicción de que la hostelería es un pilar central del éxito de Amadeus. Al unir a los equipos para alcanzar hitos —desde la migración a la nube hasta alianzas estratégicas—, reforzamos la resiliencia y el crecimiento, y garantizamos que cada persona en Amadeus contribuye a construir un futuro más sólido para el sector de los viajes.

“Decidimos avanzar con Amadeus por el potencial que vimos en Amadeus Central Reservation System (ACRS). Estamos muy satisfechos de estar ya operativos en todos nuestros hoteles de Norteamérica y esperamos con interés las innovaciones que nuestra colaboración con Amadeus seguirá haciendo posibles”.

● **Sarah Fults**
Vice President Distribution,
MGM Resorts International



La inversión en tecnología en el sector de los viajes se está acelerando tanto en hoteles como en destinos, impulsada por la necesidad de ganar eficiencia y resiliencia. Los hoteles están destinando recursos a optimizar sus operaciones, captar datos de los huéspedes y reforzar sus programas de fidelización. El informe *Travel Technology Investment Trends* elaborado por Amadeus mostró que, en 2025, los hoteleros tenían previsto incrementar el gasto en tecnología en torno al 16 %, y que el 85 % consideraba que la personalización era un motor clave para lograr un crecimiento de los ingresos superior al 5 %.

Al mismo tiempo, los destinos están invirtiendo en herramientas digitales —como análisis y medios impulsados por la IA— para gestionar los flujos de visitantes y mejorar la experiencia del viajero. Estas inversiones responden al aumento de las expectativas de los huéspedes y a la necesidad del sector de mejorar la rentabilidad, reducir la dependencia de intermediarios y prepararse frente a la volatilidad del mercado.



Olivier Ponti, Director of Market Intelligence & Insights de Amadeus.

En 2025, la sostenibilidad siguió ganando impulso en un contexto en que hoteles y destinos han invertido en soluciones orientadas a respaldar la eficiencia a largo plazo, la confianza de los huéspedes y un crecimiento responsable. Entre los hitos clave se incluyen el lanzamiento de datos de emisiones de CO₂ estimadas para hoteles en Amadeus Travel Impact Suite, la integración de los datos de accesibilidad de Accor en los sistemas de distribución y nuevas funcionalidades de sostenibilidad en Amadeus HotSOS para ayudar a reducir los residuos. Además, con ForwardKeys ya integrado en nuestra oferta de inteligencia de viajes, las organizaciones de promoción de destinos (DMO, por sus siglas en inglés) pueden abordar retos como la saturación turística con mayor precisión y capacidad de anticipación.

En conjunto, estos avances refuerzan uno de los temas centrales del año: la tecnología no solo está mejorando el rendimiento, sino que está ayudando al sector a construir un ecosistema de los viajes más resiliente y preparado para el futuro.



Laurens Van Den Oever, VP Sales, Destinations & More de Amadeus.

Inteligencia de viajes

Impacto medio-bajo



En 2025, la inteligencia de viajes se convirtió en una capacidad verdaderamente transversal con la adquisición de ForwardKeys, proveedor líder de análisis de viajes predictivo y en tiempo real. Esta operación combina los conjuntos de datos globales de transporte aéreo y los modelos de previsión de ForwardKeys con los exhaustivos datos de viajes de Amadeus para crear un potente motor de inteligencia. Al integrar estos conocimientos en cada etapa del itinerario —desde la planificación y la reserva hasta las operaciones y la experiencia del huésped—, los decisores del sector de la hostelería y los clientes disponen de mayor capacidad para anticiparse al comportamiento del viajero y adoptar decisiones más inteligentes.

Durante el año, incorporamos la funcionalidad de chat de Amadeus Advisor™ en Amadeus Agency360® y Amadeus Demand360®, lo que permite a los hoteleros acceder de forma inmediata a información personalizada y análisis de rendimiento. Desde entonces, Amadeus Advisor ha evolucionado hasta convertirse en una solución específica para la hostelería que combina análisis predictivos con datos en tiempo real y ayuda a los equipos a tomar decisiones de manera más rápida e inteligente, sin complejidades.

A través de colaboraciones estratégicas con Microsoft y Accenture, estamos integrando capacidades avanzadas de IA y de la nube en los flujos de trabajo del sector hotelero, acelerando la innovación y permitiendo

a los hoteles ofrecer experiencias más personalizadas y eficientes para los huéspedes.

Las nuevas mejoras de IA en Amadeus MeetingBroker® están transformando las reservas de grupos. Su funcionalidad de *email-to-RFP* emplea IA para convertir correos entrantes de consultas en solicitudes de ofertas contextualizadas y específicas para cada establecimiento, simplificando los flujos de trabajo y aumentando el potencial de conversión.

Los agentes de IA ya automatizan tareas complejas y aportan perspectivas inmediatas basadas en datos en ámbitos como el análisis operativo y la elaboración de informes.

La expansión de la inteligencia de viajes ha supuesto un punto de inflexión para las DMO y los agentes de convenciones, al aportar una visibilidad más profunda del comportamiento del viajero y del desempeño de las campañas. Por ejemplo, Amadeus Navigator360™ —ahora Amadeus Destination Gateway— permitió al Servicio Nacional de Turismo de Chile (SERNATUR) ajustar el calendario y la segmentación de sus campañas analizando el comportamiento de las búsquedas aéreas, las tendencias de reserva y la capacidad aérea.

“Los datos de Amadeus Agency360® y Amadeus Demand360® nos han permitido diseñar estrategias de éxito que generan ingresos y refuerzan nuestra posición en el mercado”.

● **Darrell Stark**
Vice President Sales, Revenue and Distribution Strategy, Noble House Hotels & Resorts

Medios digitales en el sector de los viajes

Impacto medio-bajo



Las capacidades de medios digitales de Amadeus crecieron en escala y sofisticación a lo largo del año. Ampliamos la activación de campañas para destinos y aerolíneas en Asia-Pacífico y desplegamos a escala mundial nuestra plataforma Demand Side Platform (DSP), con cobertura en América, Europa, Oriente Medio y África. DSP brinda a los clientes acceso a audiencias exclusivas de viajes, optimización impulsada por IA y atribución avanzada. En conjunto, estas capacidades conectan el rendimiento de los medios con las llegadas al destino y con un retorno de la inversión medible.

Millennium Hotels & Resorts Europe y The Beaumont Mayfair obtuvieron retornos excepcionales gracias a datos de alta calidad, una segmentación precisa y una ejecución multicanal, mientras que destinos como la Oficina de Turismo de Singapur (STB) y The Palm Beaches utilizaron campañas basadas en DSP para llegar a nuevas audiencias y generar demanda adicional. Las alianzas con el Departamento de Cultura y Turismo (DCT) de Abu Dabi y Adeera reforzaron nuestra presencia en Oriente Medio.

También presentamos Amadeus Hotel Metasearch, una solución de *marketing* omnicanal para socios de Central Reservation

GRI 2-6

System (CRS). Ya adoptada por varios clientes, combina entrega y elaboración de informes integrados para impulsar las reservas directas y la fidelización.

The Ascott Limited reforzó su presencia global con campañas segmentadas y nuestra solución de metabúsqueda para atraer más tráfico directo.

Además, lanzamos una moderna plataforma de elaboración de informes para Travel Seller Media basada en Power BI, la herramienta de visualización de datos de Microsoft, con paneles intuitivos, compatibilidad multidiecta y hasta 24 meses de datos históricos. Las nuevas funcionalidades aportan a los hoteles una mayor visibilidad sobre la demanda generada por las agencias, incluida una vista específica del negocio impulsado por campañas de medios en sistemas mundiales de distribución (GDS).

Para ampliar la visibilidad en todo el ecosistema, introdujimos Sabre Sponsored Property, lo que nos permitió ampliar la exposición a múltiples GDS en Amadeus, Sabre y Travelport. Las campañas segmentadas generaron un impacto medible para hoteles y destinos, como el exitoso lanzamiento de medios GDS de Artyzen Singapore y una campaña basada en KPI que ayudó a The Palm Beaches a incrementar la ocupación un 20 %.

“La colaboración con Amadeus ha sido clave, con un aumento en la demanda y la generación del negocio deseado para nuestro destino. La campaña dirigida y las atractivas ofertas marcaron realmente la diferencia”.

● **Erick Garnica**
Vice President Global Leisure Sales,
Discover The Palm Beaches

Distribución de hoteles

Impacto medio-bajo



En 2025, Amadeus reforzó su posición como socio global de confianza para la distribución B2B al unificar el contenido GDS, las tarifas de Amadeus Value Hotels (tarifas de hoteles con descuento distribuidas a través del GDS de Amadeus) y acuerdos clave con agregadores dentro de Amadeus Travel Platform. La migración de los sistemas de distribución hotelera a la nube mejoró la velocidad, la fiabilidad y la profundidad del contenido.

La mejora de la visibilidad y la vinculación, los datos de CO₂ estimados para estancias hoteleras y las nuevas capacidades de comercialización ofrecen a los distribuidores de viajes opciones de venta minorista moderna. También ampliamos las alianzas a nivel global a medida que los clientes fueron activando más contenido y funcionalidades de conectividad.

En el plano comercial, extendimos nuestro alcance con nuevos acuerdos —entre ellos, con la multinacional francesa de hostelería Accor— y reforzamos alianzas a largo plazo en Norteamérica, Europa, Oriente Medio y África y Asia-Pacífico. La adopción de la oferta de distribución hotelera de Amadeus siguió creciendo a medida que los clientes fueron incorporando mayor contenido y conectividad.

Movilidad

En enero de 2025, Air Europa se convirtió en la primera aerolínea en integrar Amadeus Value Cars™ (AVC) directamente en su sitio web, simplificando la gestión del contenido de alquiler de coches y ampliando su alcance a 191 países.

“Amadeus constituye un elemento fundamental de nuestro panorama de distribución: nos conecta con agencias de viajes en línea, empresas de gestión de viajes, aerolíneas y muchos otros actores. Especialmente en el mercado estadounidense, Amadeus nos ayuda a crecer al llegar a nuevos segmentos de clientes y aumentar la visibilidad de la marca”.

● **Susanne Hohenstein**
Vice President Global Partner
Business, Sixt

Para más información, consulte “Distribuidores de viajes”, [pág. 29](#).

Reservas y gestión de establecimientos

Impacto medio-bajo



La modernización continuó siendo una prioridad clave en 2025, encabezada por Amadeus Central Reservation System (ACRS).¹

ACRS es clave para la hostelería porque lo reúne todo en una plataforma moderna. Al unificar la distribución y la venta minorista, elimina la complejidad y reduce los procesos manuales, ofreciendo a los hoteleros una forma más eficiente de gestionar la demanda. Además, gracias a su arquitectura escalable y concebida desde el inicio para integraciones mediante API, ACRS proporciona una base preparada para el futuro que impulsa la innovación y la integración fluida con las tecnologías emergentes, manteniendo la competitividad de los hoteles en un mercado en constante y rápida evolución.

Las alianzas estratégicas multiplicaron su impacto. A raíz de nuestra colaboración con Salesforce —una plataforma global de gestión de la relación con los clientes (CRM, por sus siglas en inglés)—, integramos su plataforma de atención al cliente, Service Cloud, con ACRS, lo que permitió reducir en un 40 % los tiempos de gestión del centro de llamadas y lograr ventas adicionales personalizadas. El impulso con las grandes cadenas se aceleró: Accor, que en 2024 firmó un acuerdo y confirmó la elección de Amadeus como nuevo proveedor de su sistema central de reservas, inició la implementación

operativa en 2025. Marriott puso en marcha sus primeros hoteles en producción y MGM Resorts International completó su despliegue en Norteamérica. Ascott también apostó por soluciones de Amadeus para reforzar su cartera de gama media, aprovechando capacidades avanzadas de conectividad y venta minorista para mejorar la vinculación con los huéspedes y la eficiencia operativa.

Otras soluciones de la cartera también evolucionaron con nuevos avances: iHotelier® incorporó nuevos servicios de pago impulsados por Outpayce®, nuestro negocio de pagos, mejorando la conversión y el cumplimiento normativo; por otro lado, una prueba piloto con Sensible Weather, proveedor de seguros integrados de protección frente a condiciones meteorológicas adversas, ofrecerá a los viajeros una cobertura opcional sin añadir complejidad técnica para los hoteles.

Con nuestras soluciones de gestión de huéspedes, incorporamos paneles mejorados dentro de Hospitality Data Reporting Platform, gracias a los cuales los hoteleros obtienen información útil para mejorar la vinculación, el *marketing*, la fidelización y los ingresos, desde una interfaz centralizada e intuitiva. Nuestras soluciones web incluyen ahora capacidades de IA generativa para crear descripciones de imágenes y optimizar textos de forma instantánea, lo que permite efectuar actualizaciones más rápidas y generar contenido más inteligente.

En conjunto, estas innovaciones afianzan ACRS —y todo el ecosistema de reservas en general— como un catalizador central de las operaciones hoteleras modernas que ayuda a los hoteleros a captar demanda rentable, agilizar los flujos de trabajo y ofrecer experiencias fluidas y personalizadas para los huéspedes.



“Colaborar con Amadeus y aprovechar el paquete iHotelier® representa un hito clave para nosotros. Buscábamos un proveedor tecnológico capaz de prestar apoyo a nuestros objetivos, simplificar nuestras operaciones y, sobre todo, mejorar la experiencia de nuestros huéspedes”.

● **Dr. Niran Chawla**
CEO, B2 Hotels

1. Nuestra plataforma, concebida desde el inicio para integraciones mediante API, está diseñada para transformar la venta minorista, la distribución y la conectividad de las cadenas hoteleras globales y de segmento medio. ACRS ofrece una base única e integrada que ayuda a los hoteleros a conectar todos los canales, personalizar la experiencia del huésped y generar nuevas oportunidades de ingresos. Al centralizar las reservas y permitir una plena integración con otros sistemas, ACRS facilita que los hoteles puedan seguir siendo competitivos en un mercado que cambia con gran rapidez.

Ventas y catering

Impacto medio-bajo



Nuestra cartera de soluciones de ventas y *catering* ha dado importantes pasos adelante, con mejoras centradas en la eficiencia y la experiencia de usuario.

Entre las principales mejoras destacan:

- **Flujos de trabajo optimizados en Delphi®**, nuestra plataforma en la nube para la gestión de ventas y eventos para hoteles.
- **Interfaz renovada y automatización de la conversión de correos electrónicos en solicitudes de ofertas en MeetingBroker.**
- **Ampliación de las capacidades de reserva en Delphi® Direct**, nuestra herramienta de colaboración en tiempo real para ventas de grupos en hoteles.
- **Mejoras en las herramientas visuales de Delphi® Diagramming**, nuestra herramienta de planificación visual de espacios para eventos.

Accor seleccionó Delphi como su plataforma preferida de ventas y *catering* para sus marcas *premium* y de lujo a nivel global. Nuestra inversión minoritaria en *hivr.ai*, un proveedor de asistentes virtuales basados en IA para viajes y hostelería, ampliará la automatización de las ventas de grupos en un entorno de canales fragmentados. Esto incluirá el desarrollo de una interfaz con Delphi y el uso de MeetingBroker como complemento para ofrecer a los hoteleros más canales, mejor conectividad y automatizaciones impulsadas por IA. Clientes como el emblemático recinto británico de

automovilismo y eventos Silverstone ya han logrado un crecimiento notable de los ingresos gracias a una mayor productividad y a una mejor gestión comercial.

En conjunto, estas innovaciones simplificaron los procesos de ventas y reforzaron la eficiencia operativa en nuestra cartera de soluciones de hostelería, y su impacto fue más allá del ámbito hotelero. Un ejemplo destacado es Silverstone, que se asoció con Delphi para transformar su proceso y estrategia de ventas, impulsando un crecimiento interanual de los ingresos del 100 %.



Nicola Black, Senior Sales Manager, Silverstone.

Hayley Smith, Head of Sales, Silverstone.

“Hablamos con otros profesionales del sector. Sabíamos que Delphi® era líder mundial y vimos que era exactamente lo que estábamos buscando”.

● **Hayley Smith**
Head of Sales, Silverstone

Optimización del servicio

Impacto medio-bajo



Amadeus HotSOS® y Amadeus HotSOS® Housekeeping, nuestras soluciones para operaciones hoteleras, siguieron marcando el estándar de excelencia operativa en la hostelería, ayudando a los hoteles a optimizar la prestación del servicio, respaldar la productividad del personal y crear experiencias excepcionales para los huéspedes.

En 2025, el desarrollo se centró en abordar flujos de trabajo fragmentados, la dependencia de seguimientos manuales y las limitaciones en la visibilidad del trabajo. Las mejoras priorizaron la seguridad, la experiencia de usuario y una mayor interacción digital a lo largo del itinerario del huésped.

Las mejoras de seguridad incluyeron el inicio de sesión único (SSO)² y la armonización con la norma de seguridad ISO 27001. La eficiencia operativa mejoró con nuevos paneles: el Panel de productividad del personal de limpieza (HotSOS Housekeeping), con información en tiempo real sobre el desempeño del personal, y el Planificador de habitaciones (HotSOS), que permite visualizar y gestionar el trabajo planificado, el mantenimiento preventivo y las tareas pendientes.

GRI 2-6

Las actualizaciones de accesibilidad en las versiones de escritorio mejoraron la claridad visual y la compatibilidad con lectores de pantalla, en consonancia con las Directrices de Accesibilidad para el Contenido Web (WCAG).

Amadeus también amplió su ecosistema mediante la colaboración con la plataforma de experiencia de los huéspedes Canary Technologies. Al integrar la mensajería de los huéspedes impulsada por IA en HotSOS, logramos convertir automáticamente las solicitudes de los huéspedes en tareas prácticas, reducir la carga administrativa y prestar un servicio más rápido y fiable.

“HotSOS® ofrece oportunidades para ampliar nuestras operaciones mediante integraciones. Estas integraciones permiten a los huéspedes realizar solicitudes desde el televisor de su habitación, a través de bots conversacionales de IA y mediante tecnología de voz. Estas solicitudes se canalizan a través de HotSOS hacia los equipos adecuados para prestar el servicio de forma más ágil”.

● **Moshe Cohen**
Applications Trainer, Fattal Hotels

2. El inicio de sesión único (SSO, por sus siglas en inglés) permite que los usuarios se autenticuen una sola vez para acceder a múltiples sistemas, lo cual refuerza el control de accesos y simplifica la autenticación.

Trabajamos con clientes y socios para impulsar la hostelería

Apoyamos a clientes de todos los tamaños con soluciones que impulsan el crecimiento y experiencias excepcionales para los huéspedes. Ese compromiso se refleja en nuestro *Net Promoter Score* (NPS), que pasó de +24 en 2024 a +30,7 en 2025.

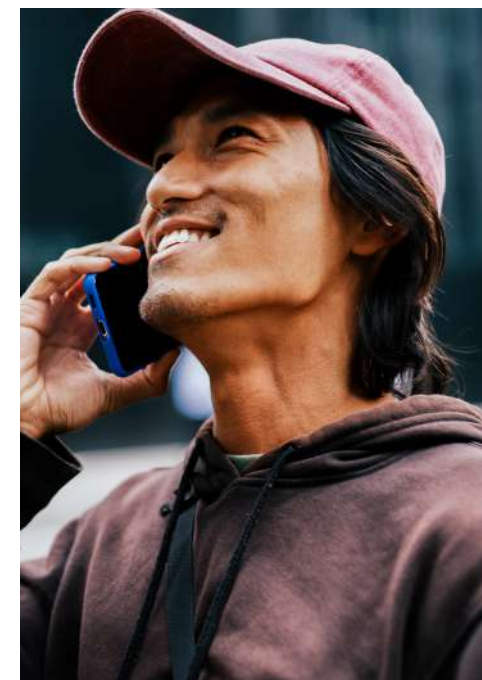
En 2025, ampliamos nuestro ecosistema con Shiji Group, proveedor global de tecnología hotelera, para ofrecer a los hoteles un paquete completo de soluciones tecnológicas para la hostelería, y reforzamos las capacidades *above-property*³ a través de Salesforce. Nuestra alianza con FLYR, proveedor de tecnología de gestión de ingresos para aerolíneas, añadió capacidades avanzadas de optimización de ingresos, mientras que las alianzas con las agencias de viajes en línea Expedia, Booking.com y Agoda, junto con nuestra renovación como Google Premier Partner, ampliaron nuestra proyección global. Además, nos asociamos con la firma global de consultoría y tecnología Accenture para desarrollar Amadeus Travel Advertising Platform (ATAP) para nuestra nueva línea de negocio Media.

Amadeus sigue ayudando a los proveedores del sector de la hostelería a ofrecer itinerarios fluidos y personalizados que refuerzan la fidelidad de los huéspedes e impulsan el crecimiento. Al conectar análisis inteligentes, herramientas operativas y soluciones orientadas a la relación con el cliente,

Impacto medio-bajo



apoyamos a nuestros clientes en cada etapa de la experiencia del huésped y les aportamos lo necesario para atraer a los huéspedes adecuados, operar con eficiencia y sentar las bases de un éxito sostenido.



3. *Above-property* se refiere a sistemas operados de forma centralizada en un grupo hotelero, en lugar de a nivel de establecimiento.

Outpayce

Outpayce, empresa de Amadeus, orquesta los pagos a lo largo de todo el itinerario del viajero y ayuda a las empresas de viajes a simplificar la forma de aceptar y efectuar los pagos. Esto incluye ayudar a aerolíneas, hoteles y distribuidores de viajes a aceptar pagos con mayor facilidad dentro de los flujos de pago propios del sector, mediante Xchange Payment Platform (XPP) de Outpayce, que orquesta todo el proceso de pago de forma integral y conecta a las empresas de viajes con una amplia red de socios de pago.

Outpayce también ayuda a las agencias de viajes a pagar a proveedores mediante su solución B2B Wallet, que brinda acceso a una amplia variedad de tarjetas virtuales, emitidas por socios o por Outpayce de forma nativa.

Al ser parte de Amadeus, Outpayce puede trabajar en estrecha colaboración y aportar valor a sus clientes de tres formas diferenciales:

1. **Activos de datos inigualables**, que ayudan a mejorar la calidad de las decisiones en los pagos en tiempo real, reducir el fraude y ajustar los pagos a los objetivos comerciales.
2. **Flujos de pago nativos en el sector de los viajes**, que permiten a clientes como aerolíneas, hoteles y distribuidores de viajes aceptar pagos en cualquier punto del itinerario.
3. **Liderazgo tecnológico**, que facilita la conexión con el mayor abanico de socios *fintech* mediante tecnología abierta y en la nube.

GRI 2-6

Pagos B2B

Impacto medio-bajo



A través de B2B Wallet, Outpayce ayuda a los intermediarios (normalmente agencias de viajes) a efectuar pagos a proveedores como aerolíneas y hoteles mediante una amplia gama de tarjetas virtuales. La solución incluye lógica de orquestación que recomienda el método de pago más adecuado para cada reserva, según la estrategia de la agencia, para impulsar las tasas de aceptación, las bonificaciones y la eficiencia.

Transformamos los pagos a proveedores con tarjetas virtuales emitidas por Outpayce

Tradicionalmente, B2B Wallet ha ofrecido acceso a una amplia variedad de tarjetas de distintos emisores; sin embargo, tras obtener la licencia para operar como entidad de dinero electrónico en 2024, Outpayce ha avanzado en su propia capacidad de emisión de tarjetas. Actualmente, esta opción ya está operativa y es posible emitir tarjetas para clientes estratégicos.

Cabe destacar que, en 2025, HBX Group, una de las principales empresas de tecnología para los viajes a nivel mundial, eligió a Outpayce como socio estratégico de emisión para abordar conjuntamente la complejidad de los pagos en todo el ecosistema de los viajes.



Esta alianza combina la innovación *fintech* y la experiencia de Outpayce en pagos para el sector de los viajes con la amplia red de hostelería de HBX Group, que abarca más de 300.000 hoteles, 9.000 proveedores de traslados, 500 empresas de alquiler de coches y 60.000 distribuidores de viajes, lo que representa un volumen anual de pagos muy significativo.

La nueva plataforma de emisión de Outpayce, desarrollada íntegramente en la nube, permitirá gestionar pagos con tarjetas virtuales en toda la red de distribución de proveedores de HBX Group y hará posible que HBX Group ofrezca capacidades *fintech* integradas a sus socios distribuidores de viajes.

Esta alianza representa un importante hito en la estrategia de autoemisión de Outpayce y avala la decisión de Amadeus de consolidar su negocio de pagos y seguir invirtiendo en él, demostrando cómo dos líderes del sector de los viajes pueden colaborar para eliminar fricciones y generar mejoras de eficiencia a lo largo de toda la cadena de valor.



GRI 2-6

Primera solución totalmente integrada de reservas, pagos y facturación del sector de la hostelería

Según AirPlus,⁴ los pagos con tarjeta virtual realizados por agencias de viajes a hoteles han crecido a una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR, por sus siglas en inglés) del 20 % cada año desde 2006.

Las tarjetas virtuales, que aportan ventajas tanto a las agencias de viajes como a los proveedores, ofrecen bonificaciones atractivas, cobros y pagos más rápidos, así como protección frente a impagos en la liquidación con hoteles. Sin embargo, todavía persisten varios retos: bajas tasas de aceptación, dificultades para hacer llegar las facturas a las agencias y a sus clientes corporativos, riesgo potencial de fraude y errores, y procesos manuales ineficientes.

Durante 2025, Outpayce colaboró estrechamente con Voxel para desarrollar One Click Stay, solución *premium* del sector que integra reservas, pagos y facturación para la hostelería.

La solución proporciona conectividad segura entre agencias y hoteles para que las tarjetas virtuales operen con mayor seguridad, fiabilidad y eficiencia, con generación automática de facturas y una recuperación sencilla que mejora significativamente las tasas de aceptación, la precisión y la contabilidad de *back-office*.

One Click Stay fue galardonada con el premio *Best Industry Innovation* en los Card & Payments Awards 2026, en reconocimiento a su impacto al transformar la aceptación y la conciliación de pagos hoteleros mediante una automatización totalmente integrada desde la reserva hasta la factura.

Servicios de pago



Impacto medio-bajo



A través de Xchange Payment Platform (XPP), la plataforma de pagos transfronterizos de Outpayce, ofrecemos una gama completa de soluciones de pago que abarca la aceptación, los métodos de pago alternativos, las transferencias interbancarias, la gestión del fraude, los precios multidiólas (MCP) y una amplia variedad de capacidades adicionales. Las soluciones se desarrollan internamente o se obtienen de una amplia red de socios *fintech*. XPP se encarga de orquestarlas para alcanzar tasas de aceptación óptimas, una gestión eficaz del fraude y la mayor reducción de costes posible.

Más empresas de viajes siguen adoptando XPP, lo que incluye un nuevo acuerdo con AEGEAN por el que la aerolínea eligió XPP para gestionar todos los aspectos de su estrategia de pagos.

4. Amon Cohen (14 de abril de 2025). "The virtual cards conundrum", BTN Europe.

Ayudamos a las empresas de viajes a seguir el ritmo de los nuevos métodos de pago

Todas las empresas de viajes deben ofrecer la combinación adecuada de métodos de pago para responder a las necesidades de los viajeros y garantizar altos niveles de conversión y satisfacción. Outpayce respalda este objetivo mediante XPP, facilitando la conexión entre distribuidores de viajes y empresas de pagos, y habilitando cientos de métodos de pago.

Los socios *fintech* se conectan fácilmente a XPP mediante un conjunto de API para empezar a ofrecer servicios a los clientes de Outpayce del sector de los viajes. En 2025, la plataforma incorporó el primer mercado de pagos dedicado al sector de los viajes.

A través de este *marketplace*, los clientes (aerolíneas) de Outpayce pueden explorar, ordenar y filtrar capacidades de cientos de socios de pago de todo el mundo y consultar qué países, divisas y servicios están disponibles en cada conexión. Los tiempos de revisión y decisión se reducen aún más gracias a los datos en tiempo real, lo que permite identificar y establecer con rapidez las conexiones adecuadas con socios *fintech*.

“Participar en la creación del catálogo del ‘marketplace’ ha sido una gran experiencia para AEGEAN. Con esta herramienta pudimos encontrar y comparar conexiones de pago con facilidad, lo que simplifica mucho la elección de las opciones adecuadas para los nuevos mercados y las distintas necesidades”.

- **Maria Neamoniti**
Passenger Services System Manager,
AEGEAN

Durante 2025, Outpayce siguió desarrollando las capacidades de XPP para el sector de la hostelería. Entre otras, destacan varias alianzas relevantes que añaden un amplio abanico de capacidades de pago personalizadas a nivel mundial.

La integración de socios estratégicos con XPP y con el motor de reservas Amadeus iHotelier® permite a hoteles de todo tipo responder mejor a las necesidades de los huéspedes. Esto se logra gracias a unas capacidades de aceptación de tarjetas que son líderes en el mercado, así como diversos métodos de pago alternativos de nuestros socios.

Por ejemplo, Stripe procesa pagos que representan más del 1 % del PIB mundial. Esta escala permite que la compañía pueda detectar el fraude de forma proactiva, aun cuando un hotel concreto no haya procesado antes una determinada tarjeta. La integración de Stripe con más de 100 proveedores de tecnología hotelera permite que los clientes de hostelería de Outpayce se beneficien de estas capacidades de forma rápida y sencilla.

“Nuestra colaboración con Outpayce representa un importante avance en los pagos del sector de la hostelería. Hemos integrado plenamente Stripe en Xchange Payment Platform de Outpayce para crear una solución integral que funciona para hoteles de todos los tamaños y configuraciones”.

- **James Lemon**
Global Lead for Travel, Leisure,
Transport and Automotive, Stripe

La integración de Planet, proveedor especializado de pagos en el sector de la hostelería, en XPP facilita el acceso a su pasarela y permite adoptar soluciones de conversión de divisas y de tokenización adaptadas específicamente a las necesidades del sector hotelero, tanto para comercio electrónico como para pagos en el establecimiento.



Simplificamos la experiencia de reserva e impulsamos los ingresos con MCP

Los precios mult divisas (MCP) consisten en un servicio que muestra el precio de una tarifa aérea en la divisa elegida por el viajero, simplificando la experiencia de reserva y evitando que el viajero tenga que acudir a otra web para convertir manualmente la moneda.

Las reservas en divisas distintas son habituales en los viajes. De hecho, un nuevo análisis del Centre for Economics and Business Research (CEBR), encargado por Outpayce y basado en datos reales de Amadeus Business Consulting, concluyó que aproximadamente 4 de cada 10 reservas en webs de aerolíneas implican un pago con conversión de divisa.

En la actualidad, las conversiones de divisa necesarias para estas reservas suelen efectuarlas los bancos del pasajero de forma automática, pero el proceso es poco transparente, y las comisiones asociadas a menudo solo se hacen visibles en los extractos mensuales. La solución MCP de Outpayce permite a las aerolíneas tomar el control de este proceso e impulsar ingresos adicionales. El análisis del CEBR muestra que el sector podría generar 9.600 millones de dólares anuales mediante servicios MCP.

SriLankan Airlines ha convertido MCP en un elemento clave de su estrategia digital: alrededor del 13 % de los pasajeros optan por usar el servicio, que rápidamente se ha situado entre las cinco principales fuentes de ingresos por servicios complementarios, justo por detrás de los servicios relacionados con el equipaje y la asignación de asientos.

GRI 2-6

Reforzamos la seguridad de los pagos en el sector de los viajes

Según una nueva investigación de Outpayce elaborada a lo largo de 2025, el 35 % de los viajeros no confía en que las empresas de viajes protejan los datos de sus pagos y el 72 % afirma que una reputación sólida en comercio seguro los animaría a elegir una empresa de viajes concreta.

Outpayce ofrece un conjunto de soluciones de seguridad, incluida la gestión del fraude, que coteja transacciones con datos históricos de compras de viajes para identificar casos de fraude de forma eficaz. También ofrece 3D Secure, que permite incorporar autenticación de doble factor con una fricción mínima, además de tokenización, que reduce la exposición regulatoria al eliminar la necesidad de que las empresas de viajes almacenen datos de tarjetas en sus propios sistemas.

Utilizada por aerolíneas, hoteles y distribuidores de viajes, Outpayce ofrece una de las mayores bóvedas de tokenización del sector, que incorpora tecnología patentada para proteger los datos de tarjetas de los viajeros y reduce de forma significativa la carga de cumplimiento en el sector de los viajes.



“La tokenización nos ha ayudado a reducir de forma significativa los riesgos asociados a las violaciones de datos y a disminuir nuestra carga de cumplimiento de PCI-DSS en torno a un 75 %. La solución funciona extraordinariamente bien y está integrada de forma nativa en nuestros flujos comerciales y de pago específicos, en canales digitales y centros de atención telefónica, en la distribución y en el aeropuerto. En un contexto de incertidumbre como el actual, todas las aerolíneas deberían plantearse la tokenización”.

● **Valérie Lhermitte Willems**
PCI Compliance Officer, Air France

Aspectos destacados en Hoteles y soluciones transversales en 2025

Radisson Hotel Group se beneficiará ahora de una mejor conectividad con **Amadeus Travel Platform**.

Amadeus siguió ampliando el alcance global de sus **soluciones de Digital Media y metabuscadores**, sumando clientes en Estados Unidos, Europa y la región de Asia-Pacífico.

Renovamos y ampliamos varias alianzas de distribución hotelera: con **Alibtrip**, la división de viajes de negocios de **Fliggy**; con **Gant Travel**, empresa de gestión de viajes con presencia en EE. UU. y Canadá; y con la plataforma estadounidense de reservas hoteleras **HotelEngine**.

Amadeus mejoró su oferta de **Movilidad** gracias a la integración de **SmartRyde**, una compañía japonesa que es líder mundial en servicios de traslado al aeropuerto con reserva previa, en Amadeus Travel Platform.

Amadeus también siguió ampliando sus contratos con organizaciones de promoción de destinos (DMO). La Autoridad de Turismo y Exposiciones de Baréin contrató nuestra solución Amadeus Digital Media for Destinations.



Massanutten Resort, uno de los destinos más destacados del estado de Virginia en Estados Unidos, contrató **Amadeus HotSOS**. Gracias a la adopción de HotSOS, este resort puede optimizar la operativa diaria, automatizar las solicitudes de servicio y coordinar mejor a su equipo en tiempo real, lo que se traduce en una experiencia más ágil y satisfactoria para los huéspedes.

La agencia estadounidense de viajes en línea **Fareportal** eligió **Outpayce B2B Wallet** para modernizar y optimizar sus operaciones de pago a proveedores. Gracias a las tarjetas virtuales dinámicas, la cartera mejora la aceptación de los pagos, optimiza los costes y simplifica los procesos de conciliación.

Amadeus ha habilitado la aceptación de las tarjetas de **UnionPay** tanto para las reservas de comercio electrónico directas como las del canal indirecto, a través de **Amadeus Travel Platform**, lo que permite a aerolíneas y otros proveedores de viajes procesar pagos directos de uno de los mayores sistemas globales.

Etihad Airways contrató los **servicios profesionales de Amadeus**, dotando a la compañía de una capacidad exclusiva de procesamiento de pagos que optimiza su eficiencia operativa.