

PayPal Open

IA y analítica predictiva:

La evolución de los pagos de viajes

Cómo la IA puede contribuir a mejorar las experiencias de pago de los viajeros



Índice

- 3 Introducción**
- 4 Experiencias de viaje con IA**
- 5 Predicciones con IA**
- 6 El impacto de los viajeros**
- 7 La realidad de implementar la IA**
- 8 Por dónde empezar con la implementación de la IA**
- 10 Conclusión**



La situación actual del sector de los viajes

Las reservas, los extras, las mejoras, las compras en el propio destino... Los viajes están repletos de oportunidades en los que ganar o perder clientes. Y esos momentos deben estar más adaptados que nunca: el 81 % de los clientes prefieren empresas que ofrecen una experiencia personalizada, mientras que el 56 % de los clientes repiten tras interacciones personalizadas.¹

Ese es el motivo por el que el sector está aprovechando la IA y las analíticas predictivas. Pueden predecir la demanda, adaptar opciones de pago en tiempo real, detectar el fraude antes de que ocurra y optimizar autorizaciones, haciendo que los pagos pasen de ser un proceso de fondo a un motor de crecimiento.

Pero ¿dónde puede crearse más valor para los pagos de viajes?

¹ Forbes, "The Personalized Customer Experience: Consumers Want You To Know Them", 2024, Disponible en: <https://www.forbes.com/sites/shephyken/2024/04/14/the-personalized-customer-experience-customers-want-you-to-know-them/> (Consultado en julio de 2025)

Experiencias de viaje con IA

La IA está transformando la forma en que las empresas de viaje conectan con clientes, agilizan sus operaciones y ofrecen experiencias de pago personalizadas.

Nuevas formas de conectar con clientes

La IA conversacional, como los chatbots y los asistentes virtuales están, por primera vez, gestionándolo todo, desde las solicitudes hasta los cambios más complejos en las reservas. Disponibles 24/7, reducen los tiempos de espera, bajan los costes de servicio y ofrecen asistencia al momento.

Un procesamiento de pagos más inteligente

Los sistemas inteligentes analizan los patrones de las transacciones en tiempo real, detectan anomalías y eligen la mejor ruta de pago según el tipo de tarjeta, el banco emisor y la cantidad a transferir.

¿El resultado? Mayores tasas de autorización, menores costes y menos pagos fallidos. En el caso de las empresas de viaje españolas con poco margen, incluso pequeñas mejoras en la recuperación pueden traducirse en ingresos significativos.



Experiencias de pago muy personales

Con la IA, las agencias de viaje pueden adaptar las experiencias de pago en tiempo real, ya se trate de recomendar el método preferente (PayPal, BNPL, cartera digital), optimizar cómo se muestran las divisas o de programar ofertas de pago a plazos.

Cuando los pagos se perciben como cómodos y con un aire de familiaridad, aumentan las posibilidades de que los clientes reserven y vuelvan. Presentar las opciones adecuadas en el momento justo ayuda a transformar los pagos, de un punto de fricción a una oportunidad para crear fidelidad. Un pequeño impacto en el flujo de pago podría tener un gran impacto en la conversión, el gasto y la recurrencia de un cliente.

Predicciones con IA

La analítica predictiva da a las empresas de viaje la posibilidad de prever lo que viene y actuar antes de que los clientes se vayan.

Anticiparse a las necesidades de los clientes

La IA analiza el historial de búsqueda, patrones de búsqueda y tendencias estacionales para predecir el comportamiento de los viajes haciendo lo siguiente:

- Predecir qué métodos de pago preferirán según rutas específicas o destinos
- Optimizar los flujos de pago para encajar con esas preferencias
- Anticipar la demanda de servicios complementarios, como mejoras o extras

Precios que encajan con la demanda

Los modelos de precios dinámicos se ajustan en tiempo real según la demanda, la competencia y el valor del cliente, y se caracterizan por lo siguiente:

- Aumenta la adopción de los paquetes prémium
- Fomentan las reservas repetidas con ofertas personalizadas
- Alinean las opciones de pago con el valor del ciclo de vida del cliente



Mantener satisfechos a los clientes

La analítica predictiva puede identificar a los clientes en riesgo de abandonar una reserva o de no volver en absoluto haciendo lo siguiente:

- Identificando las señales de alerta tempranas en el proceso de reserva
- Activando ofertas, descuentos o incentivos dirigidos para recuperar la venta
- Reduciendo el abandono del carrito y fortaleciendo la fidelidad

El impacto de los viajeros

Cada momento en el que se realiza un pago moldea la experiencia del viajero. La IA está ayudando a eliminar las fricciones, manteniendo la seguridad de los clientes sin ralentizarles.

Una trayectoria de pagos sin fricciones

Desde la reserva a la incorporación, los viajeros entran en contacto con muchos puntos de pago, y cada uno de ellos es una oportunidad de maravillarles o frustrarles. Los sistemas de pago con IA agilizan el terreno, reduciendo las tasas de abandono de pagos y mejorando la satisfacción. Las carteras digitales están marcando el camino, ofreciendo pagos rápidos y cómodos que se traducen en un mayor conversión.

Conectar con los clientes allí donde estén

La IA posibilita a los viajeros el pago dentro del flujo de su propia trayectoria, sin tener que redirigirles o interrumpirles. Este enfoque de «comercio contextual» mezcla pagos con la experiencia, ya sea en la reserva de una excursión en la aplicación o al mejorar un asiento a mitad del viaje.

Adelantarse al fraude con la IA

La IA toma una ruta más inteligente, analizando cientos de puntos de datos en milisegundos para evaluar riesgos, enviando solicitudes de verificación instantánea cuando resulte necesario y manteniendo el proceso de pago seguro, rápido y cómodo para los clientes.



La realidad de implementar la IA

Research and Markets valoró el mercado de IA en viajes en

\$123.72 mil millones de dólares en 2024

y proyecta que crecerá hasta

\$165.93 billion by 2025.²

Esto representa una oportunidad significativa para que las empresas de viajes reinventen los pagos, pero para maximizarla es necesario contar con las personas, procesos y socios adecuados.

² Research and Markets, "Artificial Intelligence (AI) in Travel Market Report 2025", 2025, Disponible en: <https://www.researchandmarkets.com/reports/6035331/artificial-intelligence-ai-in-travel-market> (Consultado en julio de 2025)

³ Twilio Segment, "The State of Personalization 2024", 2024: Disponible en: <https://segment.com/pdfs/State-of-Personalization-Report-Twilio-Segment-2024.pdf> (Consultado en julio de 2025)

Empieza por tus equipos internos

Las habilidades son la base del éxito de la IA.

En 2024, el 73 % de los líderes empresariales estuvieron de acuerdo en que la adopción de la IA cambiarán fundamentalmente la personalización y las estrategias de marketing.³

- Muchas empresas de viaje siguen sin tener la experiencia suficiente en pagos e IA
- La creación de equipos interfuncionales con conocimiento técnico y visión en pagos permitirá desbloquear todo el valor de la IA

Pon a los clientes de tu parte

Los viajeros están abiertos a los pagos con IA, pero la confianza es clave.

- Sé transparente en cuanto a cómo funciona la IA y las ventajas que aporta
- Demuestra cómo mantener las transacciones seguras al tiempo que aceleras las reservas
- Una primera experiencia positiva es clave para desarrollar la fidelidad a largo plazo

Haz espacio para la IA en tu empresa

La adopción de la IA requiere cambios tecnológicos y operacionales, como los siguientes:

- Romper los silos para acelerar la adopción
- Alinear a los equipos en torno a los objetivos compartidos para garantizar que la IA se integra, no solo se implementa

La recompensa es pagos más fluidos, operaciones más rápidas y más clientes satisfechos.

Por dónde empezar con la implementación de la IA

Las estrategias más exitosas de la IA comienzan con una imagen clara de la trayectoria del viajero. Debes identificar en qué punto los clientes se encuentran con lo siguiente:

1 Encuentran fricción

2 Abandonan las reservas

3 Hacen más preguntas

4 Experimentan situaciones frustrantes relacionadas con los pagos

Una vez que tengas esta información, puedes adaptar tus inversiones de IA para que aborden las mayores oportunidades de mejora.





Empieza por las victorias rápidas

Las victorias rápidas generan impulso y demuestran el valor de la IA internamente, poniendo a los equipos de tu parte. Busca casos de uso que ofrezcan resultados medibles en 3-6 meses:

- **La gestión inteligente de pagos** selecciona dinámicamente el mejor procesador para cada transacción, aumentando las tasas de autorización sin interrumpir el recorrido del cliente
- **La gestión inteligente de pagos elige** en cada transacción el procesador más adecuado, mejorando las tasas de autorización y manteniendo una experiencia de cliente fluida
- **La recuperación de carritos abandonados** identifica por qué se abandonó una reserva —desde opciones de pagos faltantes hasta cargos inesperados— y activa una estrategia de recuperación personalizada

Busca las oportunidades a largo plazo

Aunque las victorias rápidas sean importantes, los mayores beneficios provienen de capacidades de IA que requieren más tiempo para implementarse:

- **La personalización predictiva** puede ofrecer la opción de pago adecuada en el momento oportuno, como planes de pago a plazos para viajes de mayor valor o mostrar automáticamente la moneda preferida
- **Pagos invisibles**, donde el pago se integra de forma fluida en la experiencia de viaje, como mejoras facturadas automáticamente o compras en destino
- **Gestión proactiva de excepciones** que detecta posibles incidencias —desde autorizaciones de pago fallidas hasta datos de reserva inconsistentes— y las resuelve antes de que el cliente siquiera sea consciente de ellas

Un ejercicio de equilibrio

Es fundamental recordar que la IA debe mejorar la experiencia del cliente, no sustituir el toque humano. Puede que las empresas de viaje quieran lo siguiente:

- **Automatizar tareas rutinarias** como las confirmaciones de reserva o los ajustes del precio, manteniendo la asistencia por parte de personas disponible para casos más complejos
- **Ofrecer opciones de contacto claras** como un centro de atención al cliente o un chat en vivo que acompaña a flujos de reserva con IA
- **Sigue las prácticas recomendadas** del sector y las directrices de cumplimiento de organismos como la Ley de IA de la UE, asegurando que la IA sea transparente, fácil de explicar y fiable
- **Usa medidas de protección específicas** para el sector de viajes, por ejemplo, las herramientas de automatización de precios siempre deberían permitir que el cliente hable con una persona antes de confirmar una reserva de alto valor

Las bases estratégicas que contribuyen al éxito

Para las empresas de viajes en España, la IA y la analítica predictiva se han vuelto esenciales para mantenerse competitivas. Integrados en sistemas de pago, convierten los momentos de fricción en oportunidades para la personalización, la eficiencia y el crecimiento de ingresos.

PayPal Open te da la base para ponerlo en práctica. Desde la gestión inteligente de pagos y la protección avanzada contra el fraude hasta opciones de pago flexibles y fáciles para el viajero, está diseñado para ayudarte a aprovechar el potencial de la IA y, al mismo tiempo, ofrecer las experiencias fluidas que los clientes esperan.

Con el socio adecuado y una visión clara, puedes pasar de la experimentación con IA a obtener resultados reales, aumentando las conversiones, reforzando la fidelidad y liderando el mercado en una nueva era de los viajes.

¿Listo para descubrir lo que los pagos impulsados por IA pueden hacer por tu negocio de viajes?

Ponte en contacto con nosotros hoy

PayPal

This content is provided for informational purposes only.
You should always obtain independent business, tax, financial, and legal advice before making any business decision.

