Roiback lanza OdysseIA, su plataforma de IA para potenciar el canal directo hotelero

La herramienta se presenta en FITUR 2026 y busca mejorar la visibilidad y el control de datos en hoteles

jueves 15 de enero de 2026

Roiback, empresa especializada en tecnología para el canal directo hotelero y parte de HBX Group, ha anunciado este jueves, 15 de enero, el lanzamiento de OdysseIA, una nueva plataforma de marketing intelligence basada en Inteligencia Artificial. La presentación oficial de OdysseIA tendrá lugar en FITUR 2026 y supone un avance en la estrategia de innovación de Roiback, que busca dotar a los hoteles de herramientas tecnológicas avanzadas y adaptadas a las normativas de privacidad actuales.

La aparición de OdysseIA responde a la situación actual del sector digital, marcada por el fin de las cookies de terceros, regulaciones de privacidad más estrictas y una pérdida de visibilidad en las plataformas de analítica y atribución. Ante este escenario, la plataforma se plantea como una solución para que los hoteles recuperen el control sobre su marketing directo, utilizando datos propios y fiables.

OdysseIA está enfocada exclusivamente en el marketing digital del canal directo hotelero. Su tecnología permite identificar, comprender y activar audiencias de alto valor a partir de datos first-party, combinando machine learning con la realidad del negocio hotelero. Entre sus funciones principales se encuentran la predicción de usuarios con mayor probabilidad de reservar, la construcción y activación de audiencias alineadas con las normativas de privacidad regionales, y la utilización de modelos avanzados de atribución que ofrecen una visión más clara del impacto de las

acciones de marketing.

La plataforma también proporciona información en tiempo real para optimizar la asignación de presupuestos y se integra de forma nativa con herramientas como GA4, Google Ads, Meta Ads y otras soluciones digitales de Roiback. OdysseIA está disponible tanto como producto propio de Roiback como en formato adaptable a otros ecosistemas tecnológicos hoteleros. Además, ofrece recomendaciones y predicciones listas para ser utilizadas directamente en campañas publicitarias, y va más allá de los paneles de control tradicionales al proporcionar inteligencia accionable.

El lanzamiento de OdysseIA refuerza la posición de Roiback como referente en tecnología para el canal directo y consolida su agencia de marketing digital como un elemento clave de su propuesta. Cristina Perea, directora general de Roiback, ha señalado que la plataforma representa la visión de futuro de la compañía, ayudando a los hoteles a crecer con más autonomía, mejor inteligencia y mayor rentabilidad, en un entorno digital donde la privacidad es un requisito imprescindible.

OdysseIA cuenta con el respaldo de especialistas en canal directo, que ofrecen consultoría estratégica y acompañamiento personalizado, y con el apoyo de HBX Group, lo que refuerza la ambición de liderar la transformación digital del sector hotelero a nivel internacional. La plataforma tiene presencia en mercados como España, Portugal, Italia, Reino Unido, Benelux, América Latina, Estados Unidos y Asia, y se dirige a hoteles que buscan aumentar la cuota de reservas a través del canal directo, mejorar el retorno de la inversión y construir una estrategia de marketing sostenible en la nueva era digital.

Roiback, con una oferta que incluye motor de reservas, desarrollo web, servicios de marketing digital y soluciones de fidelización, se apoya en un equipo especializado en canal directo para maximizar los resultados de sus clientes. HBX Group, matriz de Roiback, es un grupo internacional de tecnología de viajes con presencia en más de 170 países y más de 3.500 empleados, y mantiene un compromiso con el impacto social y ambiental positivo en la industria turística.