

5.2

Categoría
Rescate financiero

Herramienta

Incrementando los ingresos con el *Revenue Management*

Descripción

El *Revenue Management* (RM), también conocido como Gestión de Ingresos, es una técnica de gestión del sector hotelero que consiste en vender el producto correcto, al precio exacto, en el momento oportuno, al cliente adecuado, a través del canal de distribución conveniente.

El concepto se basa en la diferenciación de precios en función de la demanda.

La razón de ser del RM es optimizar e incrementar los ingresos del hotel, lograr la mayor rentabilidad en el corto plazo y conseguir la sostenibilidad en el tiempo.

Elaborado por



Financiado por



Bajo este esquema, la tarifa fluctúa dependiendo de la ocupación del hotel, la competencia y la demanda, monitoreados a través de sistemas estadísticos. Esta gestión de precios permite maximizar los ingresos en la temporada alta y estimular la demanda en períodos bajos.

Seis pasos para optimizar ingresos

- 1 Recolección de datos
- 2 Interpretación de la información

Ocupación, Disponibilidad, RevPAR(*), Cancelaciones, Competencia

* Ingresos por habitación disponible

- 3 Elaboración de previsión de ventas
- 4 Estrategia de precio y distribución

Previsiones, Fijación de precios, Elección del mix de distribución

- 5 Implementación
- 6 Análisis de resultados

Implementación herramientas, Desarrollo de estrategias, Seguimiento



Recolección de datos

Es necesario reunir información acerca de los clientes con datos como fechas de reserva, tarifas que están dispuestos a pagar, porcentaje de reservas canceladas, época del año en que visitan el hotel, y tipos de habitación que prefieran (sencilla, doble, triple, junior).

Es crucial contar con un buen motor de reservas integrado al sistema de gestión del hotel, lo que se conoce como PMS, *Property Management System*. Así mismo, conocer los precios de la competencia y monitorear permanentemente los niveles de reputación en línea, son tácticas de gran utilidad.



Interpretación de la información

Los datos consolidados serán la base para la previsión de las ventas y la planificación de las estrategias de precio y distribución.

A partir de ellos, es posible segmentar el mercado, relacionar variables y establecer variaciones en función del canal de distribución elegido para la formalización de una reserva, atendiendo a la temporada del año y al precio de la habitación.



Elaboración de previsión de ventas

La estimación permite obtener una medición de la demanda que incluya los picos y períodos estacionales.

La previsión hace posible reaccionar ante los períodos de baja demanda, diseñar diferentes niveles de tarifas y elegir los canales de distribución óptimos para gestionar las reservas.

Definir la estrategia de precio y los canales de distribución adecuados permitirá precisar los ingresos.



Estrategia de precio y distribución



Implementación



Análisis de los resultados

El propósito es elegir la mezcla de intermediación adecuada, considerando que la venta directa optimiza los ingresos, sin dejar de aplicar las acciones más convenientes hacia el público objetivo.

a) Desarrollos y soluciones tecnológicas: la herramienta idónea para analizar los datos procedentes del PMS, es el RMS (*Revenue Management System*). Para hoteles medianos o pequeños, la herramienta debe:

- ✓ Integrarse con el software de reservas para garantizar un flujo de datos continuo entre los dos sistemas.
- ✓ Utilizar indicadores clave de rendimiento para brindar las predicciones de precios más precisas.

b) Formación de empleados: para la óptima implantación de la cultura del *Revenue Management* en un hotel, es necesario que todo el equipo esté involucrado, motivado, incentivado y cuente con la formación adecuada.

Otro de los puntos clave del *revenue* consiste en analizar los resultados a través de informes periódicos que permitan establecer comparativos.

Sin un análisis exhaustivo y el reporte de los resultados, se hace imposible establecer medidas correctoras que permitan optimizar la gestión de *revenue*.



Beneficios

El *Revenue Management* ofrece múltiples beneficios para el establecimiento hotelero, al permitir la adecuada gestión de:

- ✓ La rentabilidad por habitación.
- ✓ Los costos.
- ✓ Las ventas y el marketing.

Implementando las estrategias adecuadas, el hotel puede:

- ✓ Incrementar la ocupación.
- ✓ Aumentar el ADR.
- ✓ Mejorar el RevPAR.

Uso

El *Revenue Management* no solo se aplica en la gestión de las habitaciones, sino también en otros servicios y/o productos hoteleros, tales como restaurantes, spa, etc.

Costos

Para hoteles independientes y cadenas pequeñas, hay una variedad de RMS, que incluimos como referencia:

- ✓ bi4Hoteliers (USD 130/mes + 216 USD por instalación).
- ✓ Beonprice, empresa española que brinda servicios a 15,000 hoteles en el mundo y tiene oficinas en México (tel: +52 1 (55) 2789 0350).
- ✓ Otras soluciones de RMS: Climber RMS, Duetto, EXHRMS / HPO, Revenue's UP, Ideas, Pace, Lybra.

5.2



Fuentes

Documento:
¿Cómo implantar una estrategia correcta de Revenue Management en hoteles?

Documento:
8 consejos de revenue management para hacer crecer tu hotel

Documento:
Gestión de Revenue 101: La Guía Definitiva para Principiantes

Documento:
Mi selección de herramientas preferidas para el Revenue Manager

Donante del Programa de Asistencia Técnica:



Federal Ministry
for Economic Cooperation
and Development

Contacto:

www.ecobusiness.fund
info@ecobusinessfund.com

Finance in Motion (Asesor del Fondo)

Avenida Calle 72 No. 6-30
Bogotá, Colombia

eco.business Fund S.A, SICAV-SIF
31 Z.A. Bourmicht
8070 Bertrange, Luxembourg