

# Certificación en Revenue Management para Hoteles

La certificación en Revenue Management para hoteles consiste en un programa de 5 cursos:



## Introducción al Revenue Management en la Hotelería

### Módulo 1 - ¿En qué consiste el revenue management?

- Definiciones generales
- ¿Cuál es la función de un revenue manager?
- Las 7 reglas básicas

### Módulo 2 – Las condiciones del revenue management

- Capacidad relativamente fija
- Costos fijos altos y costos variables bajos
- Inventario perecedero
- Reservas hechas con antelación
- Demanda variable
- Sensibilidad al precio

### Módulo 3 – Evaluando las industrias

- Los cuatro cuadrantes: Evaluando las industrias y mi hotel.
- Resumen de los 4 cuadrantes
- Distintos escenarios en un hotel.

### Módulo 4 – Midiendo los ingresos

- Los indicadores tradicionales
- El indicador del éxito
- El semáforo del revPAR.
- ¿Qué es el RevPati?

### Módulo 5 – Administrando la duración

- El concepto de duración
- Reduciendo la incertidumbre de la llegada
- Reduciendo la incertidumbre de la duración de la estadía
- Reduciendo el tiempo entre clientes

### Módulo 6 – Manejando el precio

- Precios Múltiples
- ¿Qué tarifas vamos a cobrar?
- ¿Cómo determinamos quién paga dichas tarifas?
- Presentando las “cercas tarifarias”

### Módulo 7 – Los primeros pasos para la implementación

- Los pasos técnicos

Los otros componentes de una implementación

## **Módulo 8 – Más ingresos en todas partes**

Mejorando los ingresos de otras unidades de negocio



## **Pronóstico de la Demanda y Control de Inventario en la Hotelería**

### **Módulo 1 – La importancia de los pronósticos**

¿Por qué son importantes los pronósticos?

Implicancias de sobrestimar o subestimar la demanda

Una visión general de los pronósticos

Tipos de pronósticos

Demanda sin restricciones

### **Módulo 2 – La curva de la reserva**

La curva de reservas

Hoteles y sus distintas curvas de reserva

Cómo crear una curva de reservas

Seamos más eficientes: el PMS

### **Módulo 3 – Pronosticando el pick up**

Introducción al pronóstico del pick up

Pasos para hacer el pronóstico del pick up

Cómo hacer un pronóstico en Excel

### **Módulo 4 – Pronosticando segmentos, canales de distribución o grupos**

Pronosticando segmentos y canales de distribución

Pronosticando grupos

### **Módulo 5 – Los errores en los pronósticos**

¿Son mis pronósticos precisos?

La forma correcta de calcular el error

Cómo calcular el error en Excel

### **Módulo 6 – Estableciendo las tarifas**

El termómetro de la demanda

Tabla de control de demanda

Los rangos tarifarios

Calendario de temporadas y eventos

### **Módulo 7 – Manejando la duración de la estadía**

Controlando la duración de la estadía

Estadía mínima

Estadía máxima

Close to arrival



## **Estrategia de Precio y Manejo de Canales de Distribución en la Hotelería**

### **Módulo 1 – La importancia de los precios múltiples**

- ¿Por qué es conveniente tener precios múltiples?
- La elasticidad del precio de la demanda
- Demanda inelástica
- Demanda elástica

### **Módulo 2 – El proceso de fijación de precios**

- Enfoques para establecer los precios
- Introducción al Set Competitivo
- Seleccionando el Set Competitivo
- Pensionándonos ante la competencia
- ¿A qué debemos aspirar?
- Estrategias de cotización de precios

### **Módulo 3 – Las cercas tarifarias**

- Físicas
- Línea de producto
- Disponibilidad controlada
- Características del comprador
- Características de la transacción

### **Módulo 4 – La percepción de los precios**

- Transacciones y precios de referencia
- Manejando la percepción de los consumidores
- Cambiando el precio de referencia

### **Módulo 5 – Los canales de distribución**

- Introducción a los canales de distribución
- Canales de distribución directos
- Canales de distribución intermediarios
- Seamos más eficientes: el channel manager



## **Prácticas de Overbooking y Manejo de Grupos en la Hotelería**

### **Módulo 1 – ¿Qué son los no-show?**

- Definición de no-shows y tasa de no-show
- Las causas del no-show
- Reduciendo la tasa de no-shows

## **Módulo 2 – Analizando la información**

- Diferencia entre overbooking y overselling
- El costo de oportunidad y el costo de derivación
- Consejos para manejar una derivación
- Los datos a considerar
- Calculando la probabilidad de los no-show
- El costo de no practicar el overbooking

## **Módulo 3 – Definiendo una política de overbooking**

- El problema del vendedor de periódicos
- El nivel correcto de overbooking
- Cómo calcular el overbooking en un excel

## **Módulo 4 – Introducción a los Grupos**

- Visión general de los grupos
- Decisiones entorno a los grupos

## **Módulo 5 – Calculando las tarifas grupales**

- Los márgenes de la contribución
- Desplazamiento simple
- Cómo calcular el desplazamiento siempre en un excel
- Desplazamiento con contribuciones múltiples
- Cómo calcular el desplazamiento con contribuciones múltiples en un excel



## **Implementación de Revenue Management y Tecnología en hotelería**

### **Módulo 1 - Punto de partida**

- ¿Qué es el Punto de partida?
- Los requerimientos iniciales
- Archivo de canales
- Ficha técnica
- Histórico de ventas
- Reporte de ocupación
- Informe de grupos y bloqueos cargados
- Estructura tarifaria actual
- Informe de ventas
- Análisis de la competencia
- Fotos

## **Módulo 2 - Análisis de datos**

¿Para qué nos sirve analizar los datos?  
El diagrama de espina de pescado  
El Revenue Management System (RMS)  
On the books, históricos, pronósticos, ocupación del mercado y tarifas  
Segmentos de mercado  
Tipos de cama y tipos de habitaciones  
Política de niños y política de cancelación  
Otros servicios  
Análisis de datos: Caso real de un hotel en Puerto Iguazú

## **Módulo 3 - Desarrollo de la estrategia**

¿En qué consiste el desarrollo de la estrategia?  
Desarrollo de la estrategia: Caso real del hotel Puerto Iguazú  
La rate meeting inicial: presentación de la estrategia  
El presupuesto  
Consejos sobre la presentación de la propuesta inicial

## **Módulo 4 - Implementación**

¿A qué nos referimos con implementación de la estrategia?  
Firma de contratos con los nuevos portales definidos  
Control general del contenido en los portales existentes  
Conectar la tecnología  
Carga del Planning Anual de Precios definido  
Poner en marcha acciones en todos los segmentos  
Capacitaciones al personal del hotel  
Implementación: Caso real del hotel de Puerto Iguazú

## **Módulo 5 - Seguimiento**

¿Por qué debemos monitorear las acciones implementadas?  
Seguimiento: Caso real del hotel de Puerto Iguazú  
Pricing dinámico  
Reportes  
Reuniones de evaluación



**Escribinos**

[info@ip-hoteles.com](mailto:info@ip-hoteles.com)



**Ubicación**

Av Córdoba 1547 - Piso 9ºA C1055ABD Buenos Aires, Argentina



**Llamanos**

[+54 11 6841 6095](tel:+541168416095)