

Revenue Management (RMS)

El **Revenue Management (RMS)** de Avirato es la herramienta que te ayuda a vender cada habitación al mejor precio posible en cada momento. En lugar de fijar tarifas "a ojo", toma decisiones con datos reales de tu propio hotel (ocupación, ritmo de reservas, histórico y comportamiento de los canales) para que **ganes más con las mismas habitaciones**.

Qué consigues como hotelero

El objetivo del RMS no es solo llenar el hotel, sino **maximizar la rentabilidad** de cada noche disponible. Aplicado bien, se traduce en:

- **Más facturación con la misma ocupación:** subes precio cuando hay demanda y evitas malvender en tus mejores fechas.
- **Menos habitaciones sin vender:** detectas los días flojos con antelación y los activas antes de que sea tarde.
- **Mejor RevPAR y ADR:** los dos indicadores que de verdad miden si tu estrategia de precios funciona.
- **Decisiones con seguridad:** previsiones claras de lo que va a pasar, en vez de reaccionar cuando ya ha ocurrido.

Cómo trabaja el RMS de Avirato

Está **integrado en tu PMS**: trabaja con los datos reales de tu operativa diaria, sin exportar nada ni cruzar hojas de cálculo. Analiza tu histórico, el ritmo de reservas (pickup), la ocupación prevista, la estacionalidad y el comportamiento de cada canal para recomendarte el precio óptimo por fecha y tipología. Cualquier ajuste de tarifa se **sincroniza automáticamente** con tu motor de reservas y tus canales a través del Channel Manager.

Los informes que te dan la foto

Toda la lectura de tu revenue vive en los informes de Revenue. Desde aquí puedes entrar en cada uno para entender qué mirar y cómo actuar:

- [RevPAR / GopPar](#) — ingreso por habitación disponible y beneficio operativo: el termómetro de tu rentabilidad.
- [ADR](#) — precio medio diario: si sube ocupación pero baja el ADR, estás llenando a costa de precio.
- [Comparar Facturación / Ocupación](#) — cruza ingresos y ocupación para ver si creces de forma rentable.
- [TrevPAR / LeadTime](#) — ingreso total por habitación (no solo alojamiento) y antelación media de reserva.
- [Reservas y Cancelaciones](#) — el ritmo real de entrada y de pérdida de reservas.
- [PickUp](#) — cómo evolucionan las reservas frente a periodos anteriores para detectar aceleraciones o frenazos a tiempo.
- [Rate Shopper](#) — comparación con los precios de tu competencia para posicionarte mejor.

Cómo pasar del dato a la acción

Una vez que los informes te dicen dónde estás, tienes las herramientas para actuar sobre el precio y la venta directa:

- [Precios inteligentes y comparador de precios](#) — monitoriza a tu competencia y refuerza la reserva directa en tu motor.
- [Listado de precios](#) — ajusta tarifas, estancias mínimas y disponibilidad por día y sincroniza con los canales.
- [Precios Inteligentes \(guía\)](#) — configura los competidores a monitorizar y aplica el precio óptimo recomendado.

“ **En resumen:** el RMS convierte tus datos en más facturación por habitación. Míralo cada semana junto con el [RevPAR](#) y el [PickUp](#) para anticiparte a la demanda y ajustar precios antes que tu competencia.

Ver también

- [Comparador de precios](#) (motor de reservas)
 - [Avirato Payments](#) — cobro directo sin fricción en el motor
 - [Club de fidelización](#) — impulsa la reserva directa recurrente
-

Revision #1

Created 2026-07-24 08:56:37 UTC by Avirato

Updated 2026-07-24 08:56:37 UTC by Avirato