



Código - Asignatura	580027 – Gestión de ingresos y estrategias de precios				
Tipo	Optativa			Créditos	3 ECTS
Materia	Gestión del producto				
Responsable de la asignatura	Oriol Anguera				
Presencial	21 horas	Dirigido	29 horas	Autónomo	25 horas

BREVE DESCRIPCIÓN

¿Cómo se hacen las predicciones de ocupación de un hotel o un restaurante? ¿Cómo se gestiona el inventario en estos negocios? ¿Cuál es el nivel óptimo de overbooking? ¿Cómo se diseña la estrategia de precios de un hotel y de un restaurante? ¿Qué herramientas existen para distribuir los productos y servicios hoteleros y de restauración?

Este curso aborda estas preguntas, entre otras, y proporciona una introducción a la ciencia del Revenue Management en los sectores de la hotelería y la restauración. Se comienza con una breve mirada a los orígenes del Revenue Management y una introducción a su aplicación en ambos campos. A continuación, se dota a los estudiantes de herramientas para realizar predicciones, gestionar el inventario, establecer precios estratégicos y distribuir los productos tanto hoteleros como de restauración.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El proceso de aprendizaje diseñado para esta asignatura permite la consecución de los siguientes Resultados de Aprendizaje de Materia:

M04C1- Identificar la estrategia de precios que mejor se adapta a la coyuntura de un mercado específico para maximizar los ingresos de un establecimiento hotelero.

M04S5- Diseñar un esquema de indicadores para realizar un seguimiento competente de la eficiencia en los procesos de los distintos departamentos de las empresas de alojamientos turísticos.

Asimismo, estos contribuyen a la consecución de los siguientes Resultados de Aprendizaje de Titulación: *TC01, TC02, TH01, TH04, TH05, TS04, TS08, TS09, TS10, TS11*. Se pueden consultar todos en [el siguiente enlace](#).

CONTENIDOS TEMÁTICOS

1. Introducción y bases del Revenue Management

1.1 Los orígenes del Revenue Management



- 1.2 La definición del Revenue Management
- 1.3 Las bases del Revenue Management
- 2. Fundamentos analíticos de la industria hotelera y de la restauración. Introducción CHIA –STR
 - 2.1 ¿Quiénes son los actores de la industria hotelera y de la restauración?
 - 2.2 Clasificaciones utilizadas por la industria hotelera y de la restauración
 - 2.3 Competitive sets (comp set) en hotelería y restauración
- 3. Fundamentos matemáticos de la industria hotelera y de la restauración
 - 3.1 Datos de los hoteles y restaurantes, y Key Performance Indicators (KPIs)
 - 3.2 Datos del comp set y KPIs en ambos sectores
 - 3.3 Datos de la industria
 - 3.4 Cuestiones internacionales
- 4. Análisis del rendimiento
 - 4.1 Introducción a los datos de propiedades STAR (XLSTAR y dSTAR)
 - 4.2 Comparativa con datos STAR mensuales
 - 4.3 Comparativa con datos STAR semanales
- 5. Predicciones
 - 5.1 La importancia de las predicciones en el Revenue Management
 - 5.2 Métodos básicos de predicción
 - 5.3 Errores en las predicciones
- 6. Gestión de la capacidad
 - 6.1 Gestión del inventario en hoteles y restaurantes
 - 6.2 Overbooking
 - 6.3 Restricciones para gestionar el inventario
- 7. Gestión del precio



7.1 La importancia de los precios

7.2 ¿Cómo podemos fijar el precio?

METODOLOGÍAS DE APRENDIZAJE

Las metodologías de aprendizaje asociadas a esta asignatura contemplan una gran variedad de acciones diferentes con el fin de dar respuesta a la consecución de los resultados de aprendizaje asociados, y que implican el desarrollo de diferentes tipos de capacidades referidas al aprendizaje de procesos y aplicabilidad de actitudes dentro del entorno de las organizaciones a partir de las actividades siguientes:

- Actividad Competitive Set y Predicciones
- Examen Final

SISTEMA DE EVALUACIÓN

El sistema de evaluación mide el proceso de aprendizaje del estudiante teniendo en cuenta los resultados de aprendizaje y los contenidos de cada asignatura. Dada la naturaleza de este programa, una parte importante del aprendizaje se basa en la participación activa de los(as) estudiantes durante las sesiones. Por este motivo, la asistencia a un mínimo del 80% de las sesiones, se considera obligatoria. En cada sesión, el/a estudiante deberá firmar el control de asistencia durante la sesión.

Los estudiantes pueden escoger entre la evaluación continua o la evaluación única:

Evaluación Continua: el proceso de enseñanza - aprendizaje es evaluado a través de un seguimiento continuo de las actividades realizadas por los estudiantes durante el semestre y una evaluación individual final. Los estudiantes deben asistir como mínimo al 80% de las clases para ser evaluados mediante la evaluación continua.

Evaluación Única: aquellos estudiantes que no pueden asistir regularmente a clase pueden escoger ser evaluados a través de la evaluación única. El proceso de enseñanza - aprendizaje es evaluado mediante la evaluación de todas las actividades y una prueba individual final.

Para acogerse en esta modalidad hace falta solicitarlo a través del apartado de evaluación del Campus Virtual dentro de los primeros 15 días desde el inicio de la asignatura.

La planificación de las actividades de evaluación será pública para los estudiantes desde la fecha de inicio de la asignatura.



Actividades	Tipo	Continuada	Única	Semana de entrega ¹
Actividad Competitive Set y Predicciones	Grupal	60%	40%	2ª semana
Examen Final	Individual	40%	60%	Semana de examen
Total		100%	100%	

Para aprobar la asignatura es requisito indispensable haber obtenido una nota final mínima de “5”, siempre y cuando el estudiante haya realizado la prueba/s o trabajo/s individuales establecidos en la asignatura. Esta prueba/s o trabajo/s final deben estar calificadas con un mínimo de “4” para poder calcular la media de todas las actividades de evaluación realizadas durante el curso.

Revisión y Reevaluación de la Asignatura

El estudiante tiene derecho a la revisión de todas las evidencias de evaluación que hayan sido diseñadas para la valoración de su aprendizaje. El periodo de revisión es público y se encuentra disponible en el apartado de evaluación de la asignatura, en el campus virtual de la misma. Es deber del/a estudiante, leer y entender los procesos de revisión y reevaluación de la asignatura. Todas las solicitudes de revisión, deben seguir el proceso establecido en tiempo y forma. Cualquier solicitud de revisión fuera del proceso establecido no se considerará estimada.

Si el estudiante no consigue lograr los objetivos de aprendizaje de la asignatura, para optar a una reevaluación de asignatura será imprescindible haber obtenido una calificación final de la asignatura entre “4-4.9”, y haberse presentado a la prueba/s o trabajo/s finales individuales del curso.

El proceso de reevaluación sólo implicará modificación del acta de calificación final en caso de que la nueva prueba de evaluación sea aprobada y, en cualquier caso, la calificación máxima será de “5”. Esta calificación hará media con el resto de calificaciones de las actividades de evaluación que haya realizado el estudiante durante el período lectivo correspondiente, teniendo en cuenta los porcentajes establecidos en cada asignatura, configurando la nota final de la asignatura.

COPIA Y PLAGIO

Sin perjuicio de otros que se consideren oportunos y de acuerdo con la normativa vigente de disciplina académica, las irregularidades cometidas por un estudiante que puedan dar lugar a una variación de la calificación se valorarán con nota cero (0). Las actividades de evaluación

¹ La semana de entrega es una estimación que está sujeta a cambios que puedan surgir a raíz de posibles modificaciones en la planificación o las circunstancias del plan de estudios.



clasificadas de esta forma y por este procedimiento no serán recuperables. Estas irregularidades incluyen, entre otras:

- La copia total o parcial de una práctica, informe o cualquier otra actividad de evaluación.
- Dejar que otros copien el examen/trabajo.
- Presentar un trabajo en grupo que no haya sido realizado completamente por los miembros del grupo.
- Presentar como propios aquellos materiales elaborados por un tercero, aunque sean traducciones o adaptaciones, y en general, obras con elementos no originales y exclusivos del estudiante.***
- Disponer de dispositivos de comunicación (como teléfonos móviles, relojes inteligentes, etc.) accesibles durante las pruebas de evaluación teórica - prácticas individuales (exámenes).

*** La Inteligencia Artificial es considerada como un tercero

FUENTES DE INFORMACIÓN

Abrate, G., Fraquelli, G., & Viglia, G. (2012). Dynamic pricing strategies: Evidence from European hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 160-168.

Anguera-Torrell, O., & Langer, C. (2022). The impact of positioning on click-through-rates in hotel metasearch engines. *Journal of Vacation Marketing*, 28(2), 228-243.

Anguera-Torrell, O., & Nicolau, J. L. (2023). Who benefits more from trade shows: Independent, franchised or chain-owned/managed hotels?. *Tourism Management*, 98, 104770.

Bigne, E., Nicolau, J. L., & William, E. (2021). Advance booking across channels: The effects on dynamic pricing. *Tourism Management*, 86, 104341.

Ivanov, S. (2014). *Hotel revenue management: From theory to practice*. Zangador.

Phillips, R. L. (2005). *Pricing and revenue optimization*. Stanford University Press.

Patterson, B. (2016). *Revenue superstar! The simple rules of hotel revenue management*. Johan Hammer

Riasi, A., Schwartz, Z., & Beldona, S. (2019). Hotel overbooking taxonomy: who and how?. *International Journal of Hospitality Management*, 82, 1-4.

Talón, P., González, L., & Pérez, M. S. (2011). *Yield Revenue Management en el sector hotelero: Estrategias e implantación*. Delta.