

Duetto >

The Revenue & Profit Operating System

Planifica **inteligentemente**

Guía hotelera para invertir en un RMS
durante la temporada de presupuestos



www.duettocloud.com

El futuro del revenue empieza ahora

La temporada de presupuestos no va solo de cuadrar números, va de tomar decisiones que van a marcar el rendimiento de tu hotel en el próximo año.

Y aunque pueda ser tentador renovar contratos de tecnología y pasar página, este momento te ofrece algo mucho más valioso: la oportunidad de parar, analizar qué funciona y planificar con cabeza para aumentar la rentabilidad.

Da igual si estás pensando en adoptar un nuevo sistema de gestión de propiedades (PMS), expandirte a nuevos mercados o simplemente mejorar resultados con tu configuración actual: hay un sistema que merece toda tu atención, tu sistema de revenue management (RMS).

Hoy en día un RMS hace mucho más que fijar precios. Es una herramienta estratégica que da poder a los equipos comerciales, simplifica operaciones y desbloquea oportunidades de beneficio más allá de las habitaciones.

Y con la presión creciente sobre los revenue managers para lograr no solo crecimiento de ingresos, sino rentabilidad a largo plazo, un RMS avanzado no debería verse como un "extra", sino como el centro de tu stack tecnológico.

En esta guía vas a ver por qué la temporada de presupuestos es el mejor momento para revisar tu RMS (o empezar con uno por primera vez), cómo alinearlo con el resto de tu stack y **cómo sacarle el máximo valor a la inversión.**



Por qué la temporada de presupuestos es el mejor momento para invertir en un RMS

La temporada de presupuestos es ese momento del año en el que el equipo directivo del hotel se sienta a alinear objetivos, repartir recursos y detectar dónde hay huecos de rendimiento.

Es la oportunidad perfecta para preguntarte si tu stack tecnológico actual te está ayudando... o más bien frenando a la hora de alcanzar las metas del próximo año.

Por eso es clave incluir tu RMS en la conversación presupuestaria. Así te aseguras de que parte de tu inversión vaya destinada a construir una estrategia de revenue más ágil.

Estas son las razones por las que invertir en un RMS justo en temporada de presupuestos tiene todo el sentido:

1. Alineación estratégica

Este es el momento para alinear las inversiones tecnológicas con tus objetivos de revenue desde el primer día. En lugar de tomar decisiones reactivas a mitad de año, empiezas proactivamente con una base sólida para fijar precios más inteligentes, hacer mejores previsiones y lograr un rendimiento más fuerte.

2. Asignación de capital

Muchos departamentos incluyen actualizaciones tecnológicas en sus planes de crecimiento. Ahora es tu oportunidad de asegurar una inversión en RMS que te ayude a crecer más rápido y de forma más inteligente. Si posicionas tu RMS como una herramienta generadora de beneficios, será mucho más fácil justificar el gasto.

3. El mejor momento para implantarlo

Implantar un RMS nuevo lleva tiempo: evaluar

proveedores, conseguir el visto bueno interno, formar al equipo y lanzar el sistema.

Si lo planificas ahora, tu equipo tendrá margen para adaptarse y estar listo antes de tu próxima temporada alta.



Consejo pro

Elegir el RMS adecuado puede parecer complicado. Para ponértelo fácil, [hemos creado una guía práctica de RFP que te acompaña paso a paso: desde definir los requisitos iniciales hasta seleccionar al proveedor.](#)

4. Alineación con el stack tecnológico

La temporada de presupuestos también es cuando muchos hoteleros revisan todo su ecosistema tecnológico. Alinear tu inversión en RMS con otras mejoras (como PMS, CRM o herramientas de BI) te asegura que todos los sistemas funcionen juntos sin fricciones, maximizando el ROI en cada área.





El coste oculto de no hacer nada

Cuando hablamos de presupuestos solemos centrarnos en nuevas inversiones, pero igual de importante es analizar lo que cuesta no actuar. Seguir con un RMS obsoleto o con procesos manuales puede parecer la opción segura y barata, pero en realidad suele acabar saliendo mucho más caro.

Esto es lo que te juegas si retrasas o evitas implantar un RMS:

1. Oportunidades de revenue perdidas

Sin un RMS probablemente estés dejando dinero en la mesa, sobre todo en los picos de demanda. Un buen RMS te asegura vender la habitación adecuada, al huésped adecuado y al precio adecuado, siempre.

2. Errores de precios e ineficiencias

El pricing manual o con herramientas antiguas no da la talla en el mercado actual. Los cambios de tarifa son reactivos en lugar de estratégicos, lo que genera pérdidas o deteriora tu posicionamiento.

3. Dependencia de la intuición

Sin datos en tiempo real ni insights basados en IA, tu equipo pasa más tiempo analizando que optimizando. Y aun así, las decisiones se toman con información incompleta o desactualizada.

4. Falta de visibilidad

Si tu RMS no está integrado con el PMS y otras plataformas, tu equipo comercial no tiene una visión completa. Eso provoca ineficiencias, oportunidades de upselling que se pierden y estrategias de distribución poco efectivas.

5. Respuesta lenta a cambios del mercado

El mercado puede dar un giro en un instante. Sin un RMS ágil, tu estrategia de precios se queda atrás y la competencia se te adelanta.

6. Márgenes que se erosionan

No se trata solo de ingresos, sino de beneficios. Si no puedes comparar márgenes de contribución o hacer benchmarking de rentabilidad, tu hotel puede estar aumentando revenue mientras en silencio pierde rentabilidad real.

El RMS como generador de beneficios, no solo como herramienta de precios

Cuando piensas en un RMS, seguramente lo primero que se te venga a la cabeza sea el pricing.

Y sí, la tarificación dinámica es clave. Pero limitar un RMS solo a la optimización de tarifas es dejar de lado todo su potencial.

Un RMS moderno es mucho más que precios: es un motor comercial que desbloquea oportunidades de revenue y de beneficio, simplifica operaciones y te permite tomar decisiones más inteligentes que impactan directamente en la cuenta de resultados.

En resumen: ya no va solo de precios. Va de revenue y, sobre todo, de rentabilidad.

Así es como lo consigues:

1. Ajusta precios de forma dinámica en fechas, tipos de habitación y segmentos

Un RMS actualizado ajusta continuamente las tarifas según señales de demanda, movimientos de la competencia y ritmo de reservas. Esa agilidad te permite captar cada oportunidad de revenue en tiempo real.

2. Decisiones más rápidas y con más confianza

Los RMS modernos utilizan automatización, machine learning y datos en tiempo real para eliminar la intuición de la estrategia de revenue. Eso significa menos horas con hojas de Excel y más tiempo actuando sobre insights.

Tu equipo puede reaccionar antes a cambios de demanda, probar estrategias nuevas y decidir con seguridad.

3. Forecasts de demanda mucho más precisos

Gracias a algoritmos avanzados, datos de reservas y datos externos, un RMS te da una visión mucho más clara de la demanda futura.

Un forecast preciso no solo mejora el pricing, también ayuda en la planificación operativa de otros departamentos.

4. Analiza la rentabilidad, no solo el revenue

Algunos RMS ya van más allá de maximizar RevPAR, pero Duetto va todavía un paso más lejos con su Revenue & Profit Operating System (RP-OS).

Tras la adquisición de HotStats, ahora puedes complementar tu estrategia de revenue y precios con benchmarking de rentabilidad.

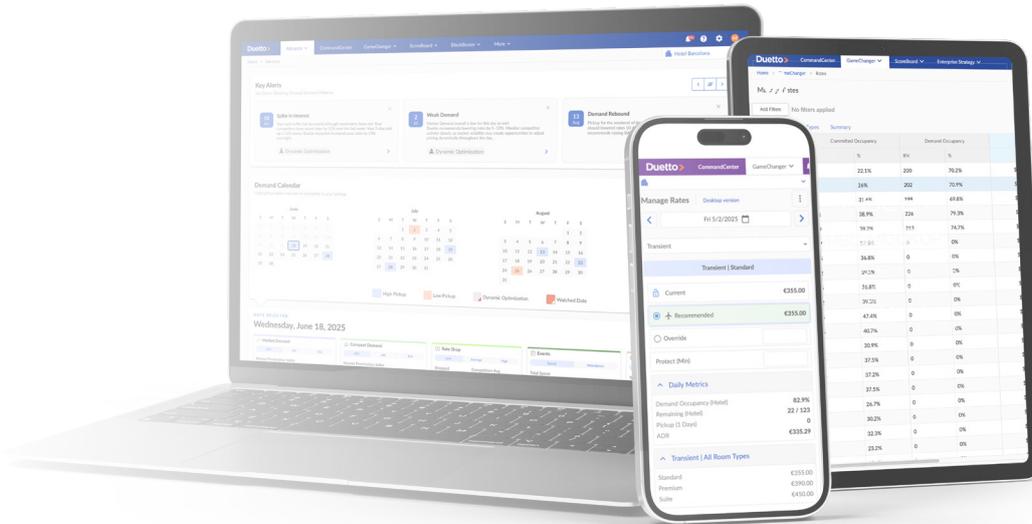
Esto te permite:

- » Comparar tu rendimiento con el de competidores y mercado.
- » Detectar fugas de beneficio y oportunidades de margen en canales, segmentos o periodos.
- » Optimizar márgenes ajustando estrategias operativas y de precios.
- » Pasar de optimizar ingresos a optimizar beneficios reales.

Al combinar datos de reservas en tiempo real con benchmarking externo, un RMS se convierte en una herramienta estratégica que permite a los revenue managers impulsar una rentabilidad sostenible y a largo plazo.

¿Quieres profundizar más?

[Visita nuestra página para descubrir beneficios clave, casos de uso reales y por qué ahora es el momento de actualizar tu RMS.](#)



¿Vas a actualizar tu PMS? Revisa también tu RMS

Si estás pensando en cambiar tu PMS en esta temporada de presupuestos, es el momento perfecto para evaluar también tu RMS.

¿Por qué? **Porque tu PMS y tu RMS no funcionan de forma aislada.**

Son dos pilares fundamentales de tu ecosistema tecnológico, están profundamente interconectados y, cuando trabajan en armonía, los resultados se multiplican.

El PMS gestiona datos operativos críticos como reservas, perfiles de huéspedes y facturación. Todo eso es información que tu RMS necesita para prever la demanda, optimizar precios y generar revenue.

Si combinas un PMS potente con un RMS obsoleto o manual, creas un desajuste: la operativa puede ir fluida, pero las decisiones de revenue se quedan atrás, basadas en datos incompletos o anticuados.

Actualizar un sistema sin el otro puede generar silos de datos, ineficiencias y oportunidades de revenue que se pierden.

Cuando ambos sistemas son modernos, están integrados y alineados, la automatización mejora, los flujos de trabajo se simplifican y tu equipo obtiene insights más profundos y en tiempo real sobre demanda y rentabilidad. Así podrán tomar decisiones más rápidas e inteligentes en un mercado competitivo.

Para sacar el máximo valor de tu inversión, planifica la actualización del PMS y del RMS en paralelo. Así dejas a tu hotel preparado para el éxito a largo plazo.

Cómo construir el business case para invertir en un RMS

Convencer a dirección de invertir en un RMS empieza por demostrar una cosa: **valor**.

En un entorno donde cada euro cuenta, cualquier inversión debe mostrar retornos claros y medibles. No solo en teoría, sino en resultados reales.

La buena noticia es que un RMS moderno hace que este caso sea muy fácil de defender:

1. Muestra el ROI

Un RMS avanzado genera mejoras medibles en ocupación, ADR y RevPAR, normalmente a los pocos meses de implantarse. Lo que empieza siendo una inversión tecnológica se convierte rápidamente en un motor de beneficios.

Puedes cuantificar el impacto esperado con métricas como:

- » Crecimiento de revenue incremental
- » Mejora de márgenes
- » Retorno sobre la inversión (ROI)
- » Tiempo estimado de recuperación de la inversión

 **Consejo pro:** [Usa la calculadora de ROI de Duetto para mostrar exactamente cuánto revenue adicional podría desbloquear tu hotel.](#)

2. Justifica el coste

Presenta el coste total de propiedad, incluyendo licencia, integración, formación y onboarding. Compáralo después con la previsión de incremento de revenue en todos los streams, no solo en habitaciones. Un RMS moderno también optimiza ingresos adicionales (restauración, extras, etc.).

3. Destaca la reducción de riesgos

El revenue management no va solo de crecer, también de proteger beneficios en mercados volátiles.

Un RMS avanzado reduce errores de pricing, reacciona más rápido a cambios de demanda y protege la integridad de tus tarifas. Enséñales cómo el sistema aporta resiliencia, agiliza respuestas y mantiene márgenes seguros.

4. Apóyate en datos y casos de éxito

Refuerza tu propuesta con ejemplos reales: casos de estudio, programas piloto o benchmarks del sector. Demuestra cómo hoteles similares han logrado resultados tangibles gracias a un RMS.

 **Consejo pro:** [Explora los casos de éxito de Duetto para encontrar ejemplos que den peso extra a tu propuesta.](#)

 **Consejo pro:** Combina los datos con una visión estratégica. Ayuda a los responsables de la toma de decisiones a ver el RMS no como un gasto, sino como un motor de crecimiento a largo plazo alineado con los objetivos comerciales.



Cómo elegir el RMS adecuado para tu hotel

No todos los RMS son iguales. Con tantos proveedores prometiendo precios más inteligentes y mejor automatización, es fácil sentirse abrumado.

Pero elegir el RMS correcto no va de escoger la herramienta más llamativa, sino la que encaje de verdad con los objetivos de tu hotel, tu stack tecnológico y tu estrategia de revenue.

Aquí tienes las claves para acertar:

1. Empieza por tus objetivos

¿Qué necesitas conseguir con tu RMS?

Ya sea aumentar las reservas directas, mejorar la precisión del forecast, gestionar mejor el negocio de grupos o maximizar el beneficio por habitación disponible, tener claros tus objetivos te ayudará a filtrar ruido y centrarte en soluciones que aporten valor real.

2. Prioriza las integraciones

Tu RMS debe conectarse sin fricciones con tu PMS, channel manager y otros sistemas clave.

Las integraciones en tiempo real aseguran flujos de datos precisos y actualizados, lo que permite al RMS hacer forecasts fiables y recomendaciones de precios dinámicos.

Sin una integración sólida, aparecerán silos de datos y el valor del RMS se quedará corto.

3. Evalúa la usabilidad y los dashboards

Aunque el sistema sea muy potente, no servirá de nada si tu equipo no lo usa. Busca un RMS con una interfaz clara e intuitiva.

Dashboards fáciles de entender y adaptados a distintos perfiles (revenue, ventas, dirección general) ayudan a ver insights accionables de un vistazo, detectar tendencias y tomar decisiones rápidas.

4. Herramientas de benchmarking de rentabilidad

Una de las funciones más valiosas de un RMS moderno es poder comparar la rentabilidad de tu hotel con la de tus competidores y la media del mercado.

Esto te permite descubrir márgenes ocultos y asegurarte de que tu estrategia de pricing y distribución se traduce en crecimiento real de beneficios, no solo de ingresos.

5. Capacidades de automatización

La automatización en un RMS ya no es opcional, es imprescindible.

Automatizar tareas diarias como actualizar tarifas en canales o hacer forecasts de demanda reduce errores manuales y libera a tu equipo para centrarse

en estrategia. Busca sistemas con automatización inteligente adaptada a tu hotel y a las condiciones del mercado.

6. Elige un partner, no solo un proveedor

Elegir el RMS correcto también significa elegir al partner adecuado.

Un buen soporte y un programa de onboarding sólido son clave para que la implantación sea un éxito. Asegúrate de que el proveedor ofrezca formación personalizada, soporte ágil y optimización continua para sacarle el máximo partido a la inversión.



Consejo pro: [Echa un vistazo a nuestra guía para descubrir por qué Duetto es el RMS en el que confían hoteles líderes en todo el mundo para crecer en revenue y rentabilidad.](#)

7. Haz las preguntas adecuadas

Cuando hables con proveedores, ve más allá de la demo. Pregunta:

- » ¿Cómo ayuda vuestro sistema a gestionar rentabilidad, no solo precios?
- » ¿Cuál es vuestro timeline y proceso de implementación?
- » ¿Cómo gestionáis la seguridad de datos y el cumplimiento normativo?
- » ¿Qué tipo de soporte y formación ofrecéis después del lanzamiento?

¿Necesitas ayuda con tu RFP? [Consulta nuestra guía con plantillas personalizables que te harán mucho más fácil la evaluación de proveedores.](#)



Empieza hoy a liberar tu potencial de revenue y rentabilidad

La temporada de presupuestos de un hotel no es solo un ejercicio financiero, es tu oportunidad para marcar el rumbo del próximo año.

Al invertir ahora en el RMS adecuado, no solo estás tachando un punto de tu stack tecnológico: estás desbloqueando decisiones más inteligentes, márgenes más sólidos y una estrategia comercial mucho más ágil.

Tanto si planeas migrar tu PMS, como si quieres replantear tu estrategia de revenue o simplemente mejorar la rentabilidad, elegir bien tu RMS hoy te asegura mantenerte competitivo mañana.

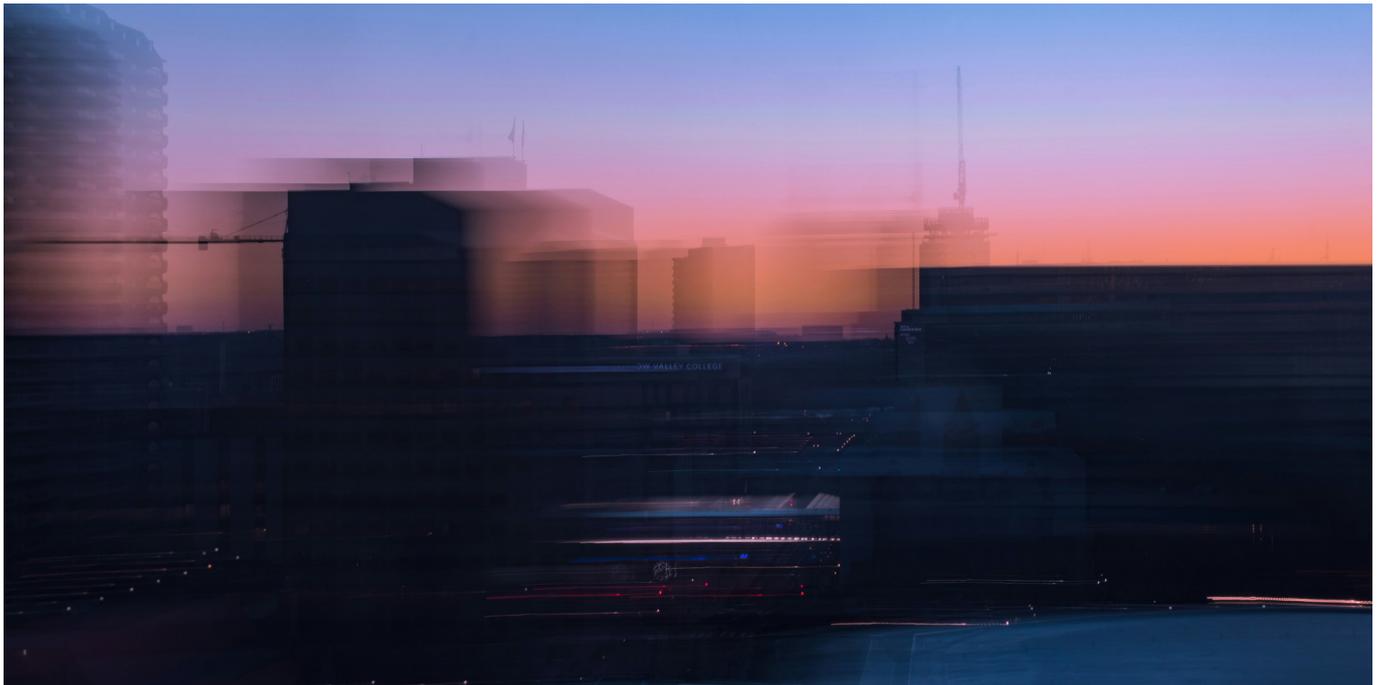
El mejor momento para planificar es ahora. Empieza ya a evaluar opciones de RMS y llega preparado al próximo año con un sistema que crezca contigo y maximice cada oportunidad.

Cuanto antes actúes, antes dejarás de perder revenue oculto y empezarás a construir beneficios sostenibles.

Da el siguiente paso:

[Reserva una demo para tener una sesión de benchmarking de rentabilidad con nuestros expertos, o descarga nuestro checklist de evaluación de RMS.](#)

Planifiquemos tu rentabilidad, juntos.





The Revenue & Profit Operating System

Duetto es la plataforma líder en revenue strategy para la industria hotelera.

Fuimos pioneros con el Open Pricing y desde entonces hemos evolucionado hasta algo mucho mayor: el **Revenue & Profit Operating System (RP-OS)**.

Diseñado para la realidad actual —datos fragmentados, expectativas cambiantes de los huéspedes y equipos más reducidos bajo más presión que nunca—, RP-OS es una plataforma unificada que ayuda a los hoteleros a optimizar ingresos, impulsar beneficios y tomar decisiones comerciales más rápidas e inteligentes en todo el negocio.

RP-OS integra funciones clave de revenue como pricing, forecasting, optimización de grupos e inteligencia de decisiones. Así, los hoteles pasan de ser reactivos a proactivos, convierten la complejidad en claridad y permiten que los equipos comerciales se centren en lo que más importa: **maximizar beneficios y ofrecer experiencias excelentes a los huéspedes.**

Trabajamos con grandes cadenas internacionales, hoteles independientes, resorts y casinos, aportando experiencia y soporte adaptado a cada segmento. Tanto si gestionas un resort de gran escala como un hotel boutique, Duetto te da las herramientas, la visibilidad y la flexibilidad para escalar de forma más inteligente y ganar de forma constante.

Solicita una demo

www.duettocloud.com/es/demo