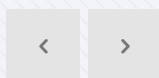


La tan anhelada bendita paridad



Mostrar Todo

♥ 2



Entradas recientes

[Por qué creer en el Turismo en Colombia?](#)

[Nueve años, Horizonte en Línea](#)

[La tan anhelada bendita paridad](#)

[Al pan, pan y al vino vino, conceptos que incrementan Ingresos](#)

[Las 10 cosas que los Hoteles deben hacer en 2021](#)

Categorías

- Ecommerce
- Empresas
- Fotos
- Ideas



La tan anhelada bendita paridad

Recuerdo hace ya varios años en aquel entonces, trabajando para [Hotel Lancaster House](#), uno de los mayores desafíos que se me presentó, era como lo denominaba mi jefe, la tan anhelada bendita paridad.

Aún en la actualidad, sigue siendo uno de los conceptos que genera mayor controversia en la comercialización de Hoteles.

Y cobra mayor vigencia en tiempos en los que necesariamente debemos aprovechar cada oportunidad que se presente, logrando venta, a una tarifa coherente en cada producto y su mercado.

La tan anhelada bendita paridad considera, que ofrezcamos tarifas coherentes en todos los canales de venta. Recordemos que las tarifas, no solo hacen referencia al precio por noche, sino a la suma de ese precio con las condiciones que ofrezco, tales como, tipo de política, forma de pago, alimentación y servicios que incluye.

A pesar que el concepto de, la tan anhelada bendita paridad ha sido más difundido por canales de venta on line, porque obligan a los Hoteles a ofrecer igualdad de tarifas en todos los portales on line, pues realmente va mucho más allá y es transversal a todos los canales de distribución off y on line.

Es más, es aplicable en todo tipo de industria y de ello depende en gran medida la eficiencia en las ventas totales de cada compañía.

Para ello se debe tener suficiente claridad acerca de las negociaciones en los mercados B2B y B2C, para entender el tipo de tarifa (comisionable o neta) que se debe trabajar en cada uno, y, que en ningún momento significa falta de transparencia, simplemente que debe responder a una estructura tarifaria coherente. En [Horizonte en Línea](#), ayudamos a los Hoteles a crear esta estructura, mediante la [Dinámica Inteligente de Precios](#).

A continuación presento algunos tipos de la tan anhelada bendita paridad que hemos detectado en la industria de los Hoteles y que pueden en gran medida ayudar a que hagan una mejor venta de sus noches e incrementar sus ingresos:

Tipos de la tan anhelada bendita paridad en el on line:

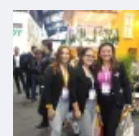
1. Paridad tarifaria: Considera que en una fecha determinada, en todos los canales de venta, el mismo tipo de habitación, mismo número de personas e igualdad de condiciones se ofrezcan en todos los canales de distribución del Hotel. Aunque debo confesar que las condiciones más atractivas, si o si, deben estar en tu motor de reservas
2. La Paridad en tipos de habitación: En éste punto debemos tener especial cuidado porque en ocasiones nos reclaman paridad y resulta que el inventario del tipo de habitación más económico se ha agotado, entonces el siguiente visible es un tipo de habitación con mayor tarifa para esa noche
3. Paridad en tarifa por acomodación: En ocasiones creamos tipos de habitación con capacidad para dos personas, pero solo configuramos que pueda tener una tarifa diferencial entre una y dos personas en algunos canales, así que si la búsqueda se realiza para una persona, se estaría viendo una disparidad porque solo le aparece al usuario la tarifa para la doble
4. La Paridad en políticas de cancelación: Si en un canal, configuro una política de cancelación gratuita de 24 horas y en otro canal, configuro una de 72 horas, el último canal estaría en desventaja pues si el usuario hace una búsqueda ya dentro de las 72 horas, le aparecerá como no reembolsable, mientras que el que tiene 24 horas aún tendría un día de gracia para que el usuario cancele de forma gratuita

condiciones de pago: Si en un canal cierro la tarifa con cancelación No Reembolsable y en los otros canales no lo aplico, inevitablemente estaría en disparidad, pues tendría algunos canales con una tarifa menor y no reembolsable, y otros con una tarifa mayor y con política de cancelación flexible

- [Imágenes](#)
- [Marketing Digital](#)
- [Precios](#)
- [Reactivación](#)
- [Reapertura](#)
- [Reputación On Line](#)
- [Reservas](#)
- [Revenue Management](#)
- [Sin categoría](#)
- [Tarifas](#)
- [Tecnología](#)

Etiquetas

[central de reservas channel manager](#)
[cursos on line Digital dinámica de precios](#) [E-commerce](#)
[ecommerce](#)
[ecommerce hotelero emprendedor](#)
[enlineaconhorizonte escritura](#)
[fidelizacion historia](#) [Hotel](#)
[Hoteles](#) [hoteles boutique](#)
[ingresos](#) [mano motor de reservas](#) [nuevo comienzo olvido](#)
[Ota](#) [OTA's](#) [paridad paridad](#)
[de tarifas hoteleras](#) [paridad tarifaria](#) [paridad tarifaria en hoteles](#) [Presencia on line pricing](#)
[procesos rate sopper](#)
[reactivación económica](#)
[reactivación hotelera](#)
[reapertura reapertura hotelera](#)
[reputacion reputacion on line](#)
[reservas](#) [revenue](#)
[Revenue Management](#)
[RMS seminarios de revenue servicio](#)
[tarifas](#) [Web site](#)



6. La Paridad en canales de venta on line: En agencias de viaje on line u Otas, que atienden mercado B2C en sus portales de venta directa, significa tener las mismas condiciones tarifarias en todos los canales, independientemente, las comisiones que se paguen en cada uno
7. Paridad en touroperadores mayoristas (TTOO) on line: La cuestión se complica cuando tenemos éstos contratos y no nos hemos fijado en el margen que se negocia con cada uno y los reseller que manejan. En éste sentido, dentro de la estructura tarifaria inteligente, cada Hotel debe considerar éstas negociaciones y deben ir de manera coherente con lo ofrecido con los demás canales de venta on line

Este tema de la bendita paridad tiene tanto de largo como de ancho, por ésta razón prometo que seguiremos tratándolo en siguientes blog

Un cordial saludo al señor Jack Goldstein y a todo el equipo de [Lancaster House](#), gracias por tanto!

*Nada es particularmente difícil si lo divides en pequeñas tareas.
Los obstáculos son esas horrendas cosas que ves cuando te distraes o quitas la vista de tu objetivo.*

Henry Ford

[Ana Yancey Hernández T.](#)

Revenue Manager

[Horizonte en Línea](#)

Otras entradas similares que podrían interesarte:



Evite fugas de ingresos en su Hotel

Evita fuga de ingresos en su Hotel A pesar, que se establezcan controles siempre existirá la incertidumbre acerca de cómo evitar fuga de ingresos. Todos los ... Sigue leyendo

 [Horizonte en Linea](#)

 2 





Las 10 cosas que los Hoteles deben hacer en 2021

Las 10 cosas que los Hoteles deben hacer en 2021 Venimos de un período de reacomodación, en donde un cierre parcial o total afectó gran parte ... Sigue leyendo

 Horizonte en Línea

 1 

Comparte esto:




Posts Relacionados

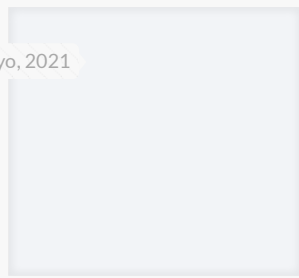
9 junio, 2021




Por qué creer en el Turismo en Colombia?

 Leer más

2 mayo, 2021



Nueve años, Horizonte en Línea

 Leer más

1 marzo, 2021



Al pan, pan y al vino vino, conceptos que incrementan Ingresos

 Leer más

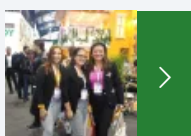
Deja un comentario

Tu dirección de correo electrónico no será publicada. Los campos obligatorios están marcados con *

Comentario

 Correo electrónico *

 Web



Recibir un email con los siguientes comentarios a esta entrada.

Recibir un email con cada nueva entrada.

Publicar comentario

Horizonte En Linea

Bogotá, Colombia

Servicios

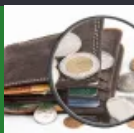
- ⌘ Revenue Management
- ⌘ E-commerce
- ⌘ Reputación Online
- ⌘ Marketing Digital
- ⌘ Formación y Capacitación

Contacto

Comuníquese con un experto ahora.

Llámenos al: +(57) 318 659 5361

Escríbanos a: manager@horizonteenlinea.com



Horizonte en Linea

