



# Revenue Management

## VI - Gestão das Reservas e do Overbooking



Hotelaria e Turismo  
Dário Martins – Fev/Mar 2024

UM SERVIÇO



Deutsch-Portugiesische  
Industrie- und Handelskammer  
Câmara de Comércio e Indústria  
Luso-Alemã



# Conteúdos

- Fundamentos e princípios do *Revenue Management* (RM);
- A importância da recolha, análise e tratamento de dados;
- Princípios de Gestão e Marketing aplicados ao *Revenue Management*:
  - Despesas de quarto versus rentabilidade;
  - Contratação dos quartos versus contratação dos serviços de housekeeping;
  - Indicadores de resultados: taxa de ocupação, preço médio e RevPar;
- Práticas de *Revenue Management* – o efeito calendário, relógio, capacidade e custo;
- Tarifas:
  - Cálculo;
  - Negociação online e offline;
  - Tipos de contratação;
  - Paridade e suas implicações;
- **Gestão das reservas e overbooking;**
- Segmentação do mercado hoteleiro e suas implicações no *Revenue Management*;
- Distribuição online e novas tendências;
- Prática operacional – ferramentas e extranets.



# Conteúdos a abordar

1. **Previsão de Procura:** Sheryl E. Kimes (2011) destaca a importância da previsão precisa da procura como base para uma gestão eficaz das reservas e do overbooking.
2. **Estratégias de Precificação:** Zvi Schwartz (2016) ressalta a necessidade de ajustar os preços conforme a oferta e procura, visando otimizar a receita hoteleira.
3. **Controle da Disponibilidade de Quartos:** Autores como Patrick Legohérel (2015) discutem a importância de gerir adequadamente a disponibilidade de quartos para maximizar a ocupação e minimizar perdas de receita.
4. **Gestão Proativa de Reservas:** Autores como James R. Abbey (2012) abordam a importância de uma abordagem proativa na gestão das reservas, visando antecipar a procura e ajustar estratégias conforme necessário.



# Introdução

- A gestão das reservas e do *overbooking* desempenha um papel crucial no *Revenue Management*, influenciando diretamente a maximização da receita e a eficiência operacional dos estabelecimentos hoteleiros. Segundo Zvi Schwartz (2016), a gestão de reservas envolve prever a procura, ajustar preços conforme a oferta e procura, e garantir uma ocupação ótima, possibilitando aos hotéis maximizar a receita através da gestão inteligente das reservas.
- Autores renomados como Sheryl E. Kimes (2011) ressaltam a importância da gestão estratégica das reservas para otimizar a receita hoteleira, abordando aspectos essenciais como previsão de procura, ajuste de preços e controle da disponibilidade de quartos. Além disso, estratégias para lidar com o *overbooking* são discutidas por especialistas como Patrick Legohérel (2015), oferecendo *insights* valiosos para minimizar cancelamentos de última hora e maximizar a ocupação dos quartos sem comprometer a satisfação dos hóspedes.
- Assim, ao compreender e aplicar os conceitos da gestão das reservas e do *overbooking*, *Revenue Managers* estarão mais bem preparados para tomar decisões estratégicas que impulsionem a rentabilidade do negócio hoteleiro e garantam uma gestão eficiente dos recursos disponíveis.



# 1. Previsão de procura

## 1. Melhores Modelos de Previsão da Procura:

- Utilização de modelos estatísticos como séries temporais e análise de regressão para prever a procura com precisão (Sheryl E. Kimes, 2011) .
- Uso de modelos de previsão avançados, como redes neurais artificiais e *machine learning*, para melhorar a acurácia das previsões (Robert G. Cross, 1997).

## 2. Melhores Ferramentas para Prever a Procura:

- É importante utilizar ferramentas de *Business Intelligence* e software de *Revenue Management* para analisar dados históricos e gerar previsões precisas da procura (Zvi Schwartz, 2016).
- A utilização softwares especializados em *Revenue Management*, como o *Market Vision*, para otimizar a previsão da procura e as estratégias de *pricing* (Kalyan T. Talluri e Garrett J. van Ryzin, 2004).

## 3. Vantagens e Desvantagens:

- **Vantagens:** Modelos avançados e ferramentas sofisticadas podem proporcionar previsões mais precisas, permitindo uma melhor alocação de recursos, maximização da receita e otimização da ocupação.
- **Desvantagens:** Desafios podem incluir a necessidade de dados precisos e atualizados, a complexidade na implementação de modelos avançados e a dependência de recursos tecnológicos adequados.

## 4. Desafios:

- Problemas comuns podem incluir a sazonalidade do setor hoteleiro, mudanças inesperadas na procura, variações nos padrões de reserva dos clientes e a influência de fatores externos imprevisíveis.

## 2. Estratégias de precificação

### 1. Melhores Modelos de Estratégias de Precificação:

- É importante adotar estratégias dinâmicas de precificação, como o *Revenue Management* baseado em segmentação de clientes e otimização de preços (Sheryl E. Kimes, 2011).
- Implementar e usar estratégias avançadas de precificação, como o *Dynamic Pricing*, para ajustar os preços de forma dinâmica conforme a procura e a concorrência (Robert G. Cross, 1997).

### 2. Melhores Ferramentas para Prever a Procura:

- Zvi Schwartz (2016), destaca a importância de ferramentas de análise de dados e software de *Revenue Management* para prever a procura com precisão e ajustar as estratégias de precificação.
- Kalyan T. Talluri e Garrett J. van Ryzin (2004), mencionam o uso de softwares especializados em *Revenue Management*, como o *PriceOptimiser*, para implementar estratégias de precificação eficazes.

### 2. Vantagens e Desvantagens:

- **Vantagens:** Estratégias avançadas de precificação podem resultar em maximização da receita por quarto disponível (RevPAR), otimização da ocupação e melhor adaptação às flutuações da procura.
- **Desvantagens:** Desafios podem incluir a complexidade na implementação de estratégias dinâmicas, a necessidade de monitoramento contínuo do mercado e a possibilidade de reações adversas dos clientes a mudanças nos preços.

### 4. Desafios/Problemas:

- Problemas comuns podem envolver a concorrência acirrada, a sazonalidade do setor hoteleiro, a volatilidade da procura e a necessidade de equilibrar a maximização da receita com a satisfação dos clientes.

# 3. Controle da disponibilidade dos quartos

## 1. Melhores Modelos de Controle da Disponibilidade dos Quartos:

- Sheryl E. Kimes (2011), destaca a importância de estratégias de controle de disponibilidade, como a gestão de *allotment* e o fecho de vendas em momentos estratégicos para maximizar a receita por quarto disponível.
- Zvi Schwartz (2016) aborda a necessidade de utilizar modelos de previsão da procura e análise de dados históricos para ajustar a disponibilidade dos quartos de forma dinâmica.

## 2. Melhores Ferramentas para Prever a Procura:

- Kalyan T. Talluri e Garrett J. van Ryzin (2004), mencionam a importância de ferramentas de *Revenue Management*, como o *Demand Forecasting System*, para prever com precisão a procura e ajustar a disponibilidade dos quartos de acordo.
- Robert G. Cross (1997), destaca o uso de softwares especializados em *Revenue Management*, como o *OptiPricer*, para otimizar o controle da disponibilidade dos quartos.

## 3. Vantagens e Desvantagens:

- **Vantagens:** O controle eficaz da disponibilidade dos quartos pode resultar em uma melhor gestão da capacidade do hotel, maximização da receita por quarto disponível e adaptação às variações da procura.
- **Desvantagens:** Desafios podem incluir a necessidade de previsões precisas da demanda, o risco de overbooking ou subbooking, e a complexidade na implementação de estratégias dinâmicas de controle de disponibilidade.

## 4. Desafios/Problemas:

- Problemas comuns podem envolver a concorrência acirrada, a sazonalidade do setor hoteleiro, a volatilidade do mercado e a necessidade de ajustes contínuos nas estratégias de controle da disponibilidade para otimizar a receita e a ocupação dos quartos.

## 4. Gestão proativa de reservas

### 1. Melhores Modelos de Gestão Proativa de Reservas:

- Sheryl E. Kimes, (2011) destaca a importância de estratégias proativas na gestão de reservas, como a diferenciação de preços com base na procura e a oferta de pacotes promocionais para estimular reservas antecipadas.
- Zvi Schwartz (2016) aborda a necessidade de adotar modelos de previsão da procura e análise de dados históricos para antecipar padrões de reserva e ajustar as estratégias de pricing e disponibilidade.

### 2. Melhores Ferramentas para Prever a Procura:

- Kalyan T. Talluri e Garrett J. van Ryzin (2004) mencionam a importância de ferramentas de previsão da procura, como softwares de *Revenue Management* integrados com sistemas de *Business Intelligence*, para suportar a gestão proativa de reservas.
- Robert G. Cross (1997) destaca o uso de ferramentas avançadas de previsão da procura, como modelos estatísticos e algoritmos de *machine learning*, para antecipar comportamentos de reserva dos clientes.

### 3. Vantagens e Desvantagens:

- **Vantagens:** A gestão proativa de reservas pode resultar numa melhor utilização da capacidade do hotel, maximização da receita por quarto disponível e fidelização dos clientes através de ofertas personalizadas.
- **Desvantagens:** Desafios podem incluir a necessidade de investimento em tecnologia e formação especializada, a complexidade na implementação de estratégias proativas e a dependência de dados precisos e atualizados.

### 4. Desafios/Problemas:

- Problemas comuns podem envolver a adaptação rápida a mudanças na procura, o risco de erro na previsão da procura e a concorrência acirrada no mercado hoteleiro.



## 1. Táticas e Estratégias:

- ☐ É de extrema importância uma segmentação eficaz dos clientes para ajustar preços e estratégias de reserva de acordo com as diferentes procuras (Sheryl E. Kimes, 2011), .
- ☐ Prever com precisão a procura e ajustar os preços de forma dinâmica para otimizar a receita (Zvi Schwartz ,2016).

## 2. Procedimentos Operacionais:

- ☐ Implementação de políticas claras de *overbooking*, com procedimentos para lidar com cancelamentos e realocações de hóspedes, visando maximizar a ocupação sem comprometer a satisfação dos clientes (Patrick Legohérel ,2015).

## 3. Vantagens e Desvantagens:

- ☐ **Vantagens:** A gestão eficaz das reservas pode levar a uma melhor utilização da capacidade do hotel, maximização da receita e otimização da ocupação.
- ☐ **Desvantagens:** Possíveis desafios incluem a necessidade de lidar com cancelamentos de última hora, riscos associados ao *overbooking* e a possibilidade de insatisfação dos clientes.

## Basics of Revenue Management in Hotel Reservations



# Segmentação de mercados



# Forecasting e Pick-up

Julia Krebs

Meeting start time: martes, 25 de agosto de 2020 11:16:45

Organizer: Julia Krebs

# Gestão do *overbooking*

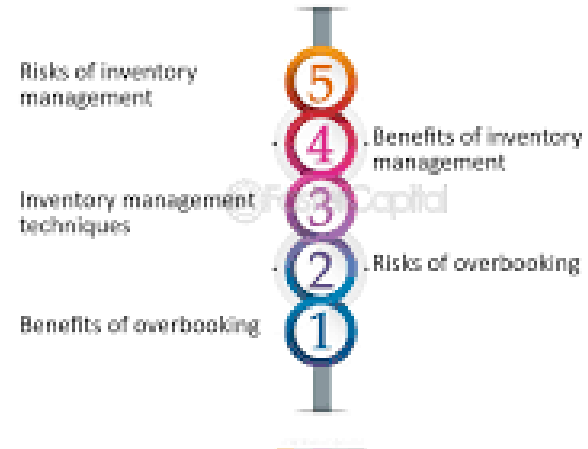
Patrick Legohérel destaca a importância da gestão do *overbooking* no âmbito do *Revenue* como uma prática estratégica essencial para maximizar a ocupação e receita dos estabelecimentos. O autor ressalta que o *overbooking* bem controlado pode ajudar a minimizar perdas de receita devido a cancelamentos de última hora, permitindo uma melhor utilização da capacidade do hotel.

Além das contribuições de Legohérel, autores renomados na área do *Revenue Management* oferecem *insights* valiosos sobre estratégias e práticas corretas. Sheryl E. Kimes (2011) aborda a importância da gestão estratégica das reservas para otimizar a receita hoteleira, incluindo a consideração de fatores como previsão de procura e ajuste de preços.

Outro autor influente, Zvi Schwartz (2016) ressalta a relevância da gestão eficaz das reservas na maximização da receita dos hotéis. Ele destaca a necessidade de prever a procura, ajustar preços conforme a oferta e procura, e garantir uma ocupação ideal para obter sucesso no *Revenue Management*.

Portanto, ao combinar as perspectivas de autores como Legohérel, Kimes e Schwartz, os gestores hoteleiros podem adotar estratégias de *overbooking* eficazes, alinhadas com uma gestão inteligente das reservas, para otimizar a receita e a ocupação dos hotéis no contexto do *Revenue Management*.

## Overbooking and Inventory Management



# Gestão do *overbooking*

# Gestão do *overbooking*

# Gestão do *overbooking*



# Gestão do *overbooking*

## 5. Bibliografia

- Abbey, James R., (2012). Hospitality Sales and Marketing;
- Cross, Robert G., (1997). Revenue Management: Hard-Core Tactics for Market Domination;
- Kimes, Sheryl E., (2011). The Basics of Yield Management;
- Legohérel, Patrick, (2015). Hotel Overbooking Management;
- Schwartz, Zvi, (2016). Hotel Revenue Management: From Theory to Practice;
- Talluri, Kalyan T. & van Ryzin, Garrett J., (2004). The Theory and Practice of Revenue Management;

**Centro DUAL Lisboa**

Avenida Infante D. Henrique,  
Lote 320, Entrepasto 2,  
Piso 2, Fração 2  
1800-220 Lisboa  
Tel. +351 213 474 415  
duallisboa@dual.pt

**Centro DUAL Porto**

Avenida Sidónio Pais, 379  
4100-468 Porto  
Tel. +351 226 061 561  
dualporto@dual.pt

**Centro DUAL Portimão**

Rua Jaime Palhinha  
Edifício Portimar, 2º Andar  
8500-833 Portimão  
Tel. +351 282 484 703  
dualportimao@dual.pt



**www.dual.pt**

f DUAL.QualificacaoProfissional  
@ @dual\_qp  
in company/dual-ccila  
@ @dual\_qp  
DUALQualificaçãoProfissional

UM SERVIÇO



Deutsch-Portugiesische  
Industrie- und Handelskammer  
Câmara de Comércio e Indústria  
Luso-Alemã



**Qualificação  
Inicial**

**Qualificação  
Contínua**

**Qualificação  
Intraempresa**

**Qualificação  
REFA**

**Estágio nas  
Empresas**

**Serviço às  
Empresas**

**Centro de  
Exames TELC**



HISTÓRIAS DE QUALIFICAÇÃO