

Tu checklist de precios para los próximos 30 días

Repásala una vez al mes, idealmente al inicio de un nuevo período o antes de una temporada alta. Cada punto es clave en tu estrategia de precios y no te llevará horas.

1. Crea o actualiza tu set de competidores

- Elige entre tres y siete hoteles comparables por ubicación, puntuación de reseñas, categoría, tipo de habitación y perfil de cliente.

Si tu set está desactualizado o es aproximado, todo lo demás en esta lista pierde sentido.

- ➔ **Próximo paso** : Anota tus comparables ahora. Si la lista se ha quedado antigua, sustituye los que ya no encajen con tu perfil antes de continuar.

2. Compara tarifas en distintos tipos de fechas

- Revisa por separado los días de semana, los fines de semana y las fechas de alta demanda. Una sola fecha puede despistar.

Los precios cambian mucho según el período.

- ➔ **Próximo paso** : Si un tipo de fecha está desalineado, ajústalo solo para ese período. No apliques un cambio global a todo el mes.

3. Compara el precio total, no solo la tarifa base

- Incluye impuestos, cargos, condiciones de cancelación e incluidos como el desayuno o el aparcamiento.

Un competidor a 110 € con tarifa no reembolsable y sin desayuno no es la misma oferta que tu tarifa flexible de 125 € con desayuno.

- ➔ **Próximo paso** : Si tu precio total es notablemente más alto sin una ventaja clara de valor, entiende de dónde viene esa diferencia antes de tocar tu tarifa.

4. Mira dónde estás respecto a la mediana del mercado

- No tienes que ser el más barato. Si estás consistentemente por debajo de la mediana probablemente estás dejando dinero encima de la mesa.

Si estás por encima sin una ventaja clara, puedes estar enviando clientes a la competencia.

- ➔ **Próximo paso** : Empieza por tus fechas más ocupadas, ahí es donde más cuesta estar mal posicionado. Una vez esas estén bien, trabaja los períodos más tranquilos.

5. Busca eventos locales y señales de demanda

- Cualquier cosa que se haya agotado cerca, se esté llenando rápido o traiga una oleada de visitantes a tu zona puede cambiar lo que el mercado puede soportar en fechas concretas. Míralo ahora, no después.

- ➔ **Próximo paso** : Ajusta las tarifas en las fechas afectadas en cuanto detectes una señal. Los cambios de última hora también ayudan, pero los anticipados capturan toda la ventana de reserva.

6. Revisa tu ritmo de reservas

- ¿Las habitaciones se están llenando más rápido o más despacio que en el mismo período del año pasado?

El ritmo es una de las señales más claras de que hace falta un ajuste de precio.

- ➔ **Próximo paso (por delante del año pasado)** : Tienes margen de precio. Prueba a subir un poco las tarifas en esas fechas.
Próximo paso (por detrás del año pasado) : Antes de bajar precios, mira la disponibilidad de la competencia. Si todos están tranquilos, el mercado está flojo y una bajada puede no mover la aguja.

7. Comprueba tu tarifa de reserva directa y la coherencia entre canales

- La competitividad puede variar según el canal. Una brecha de paridad — tarifa OTA más baja que tu web directa, o al revés — puede desviar reservas sin que te des cuenta.

- ➔ **Próximo paso** : Cierra cualquier brecha de paridad de inmediato. Tu tarifa directa siempre debe dar a los clientes una razón clara para reservar contigo directamente.

8. Anota cuándo harás esta revisión el mes que viene

- Los precios competitivos funcionan mejor cuando se actualizan con frecuencia.

Esta checklist no requiere horas de trabajo. Hacerla un hábito es lo que la hace efectiva.

- ➔ **Próximo paso** : Ponlo en tu calendario antes de cerrar esta página.

¿Qué hacer cuando detectas una brecha?

- **Los precios están bien** : Sigue monitorizando durante el mes. El posicionamiento competitivo puede cambiar aunque no hayas tocado nada, si un competidor baja sus tarifas o surge un pico de demanda.
- **Los precios se pueden optimizar** : El ajuste de mayor impacto suele estar en tus fechas más ocupadas, donde la demanda es más fuerte y el coste de estar mal posicionado es mayor. Las fechas de baja ocupación son un punto de partida menos arriesgado si todavía no te sientes seguro con ajustes grandes.
- **Los precios están claramente desajustados** : Actúa lo antes posible. Los clientes buscan y reservan constantemente en la ventana de 30 días. Un ajuste tardío sigue ayudando. Cada día con el precio correcto es un día en el que puedes recuperar reservas que de otro modo habrías perdido.