



CAPÍTULO I

Introducción

1.1 Antecedentes

El sector servicios cuenta con una característica particular que es la simultaneidad, la cual es efectuada durante la producción y consumo del servicio por lo que el producto que se ofrece es perecedero (Guadix, 2004). Los hoteles por ser una empresa de servicio, cuentan con esta característica, es decir, si en un día una habitación no es vendida, esta nunca jamás se volverá a vender ya que su tiempo de inventario es de veinticuatro horas; específicamente es de un día, así que éste tiene que ser totalmente aprovechado para la colocación de su venta.

Es por eso que la hotelería ha implementado el sistema de maximización de ingresos (Yield Management), tomado como ejemplo de la industria de las aerolíneas; el cual se refiere a la optimización de los ingresos o gestión de rendimientos y pretende determinar tarifas en función de la demanda mediante un adecuado manejo de precios. En



otras palabras, el Yield Management es vender el producto adecuado a la persona indicada, a un precio óptimo, con la duración conveniente y en el momento preciso (Bardi, 2003).

Son variadas las definiciones encontradas de Yield Management. González, Talon y Figueroa (2004, 29) citan a Kimes (1997) quien define al Yield Management (YM) como un método de apoyo que permite a la empresa vender el número de unidades adecuadas, al consumidor conveniente, en el momento justo y a un precio pertinente. En cuanto a la práctica que el Yield Management concierne, ésta pretende ajustar los precios conforme a la demanda pronosticada, de modo tal que los recursos sean maximizados ante la demanda tan variable.

1.2 Planteamiento del Problema

En años recientes la utilización del Yield Management se ha convertido para muchas cadenas hoteleras en una herramienta fundamental para el manejo y maximización de su inventario de habitaciones. Desde que se vio que la industria de las aerolíneas estaba teniendo éxito con este particular método de manejo del servicio, algunas cadenas importantes empezaron a implementar Yield Management pretendiendo obtener beneficios como lo había tenido la industria de las aerolíneas.

Los hoteles se ven expuestos a diversas dificultades, como lo es el problema de tener capacidad fija, además de enfrentar a una demanda tan variable, provocando con todo esto que sus gerentes busquen y se planteen nuevas formas innovadoras para mejorar su productividad, aprovechando al máximo sus recursos (González, 2004).



En la actualidad, cada vez existe más presión sobre los negocios de la industria hotelera para maximizar sus ingresos. Es por eso que, para la industria hotelera, hoy en día es muy preciada la oportunidad de poder maximizar los ingresos ya que es fundamental para obtener éxito y sostenibilidad dentro de esta industria, por lo que hoteles alrededor del mundo buscan soluciones apropiadas para conquistar con éxito el mercado.

1.3 Objetivo General

El objetivo general será evaluar a hoteles Cuatro y Cinco Estrellas de la ciudad de Puebla y conocer si utilizan el Yield Management en su proceso de reservaciones y de tarifas.

1.4 Objetivos Específicos

Los objetivos específicos de este estudio son:

- Conocer el funcionamiento del manejo de tarifas conforme al Yield Management.
- Saber cómo se determinan las tarifas en los hoteles que no manejan aún YM.
- Conocer si los hoteles Cinco Estrellas de la ciudad de Puebla utilizan algún programa para el manejo de YM.
- Conocer si hubo algún beneficio ante la implementación del YM.
- Conocer si hay inconvenientes en la implementación del YM.
- Saber si hubo un beneficio o incremento en el porcentaje del Revenue Per Available Room (RevPar) con el uso del YM.



1.5 Preguntas de investigación

- ¿En base a qué se toman las decisiones del manejo de tarifas?
- ¿Cómo tratan de maximizar sus ingresos en cuanto su proceso de reservación?
- ¿Qué software utilizan para el manejo del YM?
- ¿Qué tipo de inconvenientes existen para la implementación del YM?
- ¿Cómo se refleja el beneficio del RevPar ante el uso del YM?

1.6 Justificación y Relevancia

Ante la gran variabilidad de demanda que existe en el mercado de la industria hotelera, la gestión de ingresos es un asunto cada vez más complicado, es por eso que se han buscado nuevas alternativas. El Yield Management se ha convertido en la herramienta más moderna para la industria hotelera, ya que ayuda a la evaluación de escenarios otorgando una respuesta rápida ante cada tipo de demanda. También mide el impacto de cambios de estrategias, permitiendo de esta manera evaluar y aceptar la mezcla correcta de clientes, tiempos de estadía y lo más importante, el precio.

1.7 Alcances y Limitaciones

Este estudio se efectuará en hoteles Cuatro y Cinco Estrellas de la ciudad de Puebla, basando la categoría Cuatro y Cinco Estrellas en la Secretaría de Turismo del Estado



de Puebla. Se pretende sólo conocer sobre el YM de estos hoteles y de esta manera reflejar una situación general de esta técnica en hoteles de la categoría ya mencionada de la ciudad de Puebla.