

# Estado de la investigación de las publicaciones sobre Yield Management en revistas de turismo y hostelería\*

# EMJ

**Antonio Ruiz Jiménez**  
**M<sup>a</sup> Esther Chávez Miranda**  
**Carlos Arias Martín**

Facultad de Ciencias Económicas y  
Empresariales  
Departamento de Economía  
Financiera y Dirección de  
Operaciones

(\*) Este trabajo se incluye dentro de la Tesis Doctoral "Yield Management. Estudio de su Aplicación en el Sector Hotelero" realizada por la Dra. Dña. M<sup>a</sup> Esther Chávez Miranda y dirigida por el Dr. D. Antonio Ruiz Jiménez. La investigación ha sido financiada por el Consorcio de Turismo de Sevilla (Ayuntamiento de Sevilla).

## Resumen

**E**l *Yield Management* consiste en la asignación a la unidad correcta de capacidad (asiento de un avión, habitación de un hotel, etc.) al precio correcto y al cliente correcto, de forma que se consiga el máximo beneficio posible (Smith et al., 1992). Se trata de un proceso complejo y dinámico (1) que se desarrolló a finales de los años setenta en Estados Unidos como respuesta a la desregulación del tráfico aéreo.

Según un estudio empírico (2) el 92% de los hoteleros sevillanos afirman conocer la técnica pero ¿cuál es su difusión a nivel académico?

En este trabajo recogemos los resultados obtenidos tras analizar las publicaciones sobre *Yield Management* en 9 revistas internacionales y 6 nacionales de Turismo y Hostelería durante el período 1996-2003. El proceso ha supuesto la revisión de más de 3.700 referencias y ha permitido la localización de 49 artículos sobre la técnica.

## Palabras clave

*yield management / revenue management* / análisis de contenido / clasificación de artículos / Cuenta Satélite de Turismo / turismo / hostelería.

## Abstract

**Y**ield Management consists of assigning the right unit of capacity (airplane seat, hotel room, etc.), to the right customer at the right price in such a way as to maximise profit (Smith et al., 1992). This is a dynamic and complex process (3) developed in the United States towards the end of the nineteen seventies as a response to the deregulation of air traffic.

According to an empirical study (4), 92% of hoteliers in Seville state that they are aware of the technique, but how extended is knowledge of it on the academic level?

This paper gathers together the results of an analysis of publications on Yield Management in 9 international and 6 Spanish Tourism and Hospitality journals during the period 1996-2003. This process has required the reading of 3,700 references and has allowed 49 articles on the technique to be located.

## Keywords

*yield management revenue management* / content analysis / article classification / Tourism Satellite Account / tourism / hospitality industry.

### **1.-Introducción**

El *Yield Management* (YM), también denominado *Revenue Management* (RM), es una técnica de éxito contrastado que permite relacionar unidades de capacidad (asientos de un avión, habitaciones de un hotel) con distintos segmentos de clientes (negocios, turistas, etc.) mediante la asignación de precios de forma que se consiga el máximo beneficio o ingreso posible. Se desarrolló en Estados Unidos a finales de los setenta a consecuencia de la desregulación del tráfico aéreo. Demostrado su éxito en el sector de la aviación comercial expande su aplicación en otros sectores de actividad que, a nivel internacional, incluyen: hoteles, operadores turísticos, agencias de viajes, empresas de alquiler de coches, campos de golf, estadios de fútbol e incluso la venta de espacios publicitarios por Internet, entre otros.

La importancia de la técnica queda demostrada no sólo por los beneficios económicos que aporta a aquellas empresas que lo implantan (ver, por ejemplo, Smith et al., 1992; Cook, 1998; Lieberman, 1993; Cross 1997) sino que también es constatada por la existencia de congresos monográficos, asociaciones científicas, libros, cursos y seminarios e incluso revistas dedicadas exclusivamente al YM, todo ello a nivel internacional.

Como se verá a lo largo del presente trabajo en España son escasas las publicaciones relativas al YM pese a resaltarse la importancia de su difusión en un estudio promovido por la Comisión Europea en 1997 (véase Arthur Andersen) en el que nuestro país presentaba un gran retraso comparado con otros países europeos como, por ejemplo, Gran Bretaña y Francia (por citar sólo algunos), en cuanto al conocimiento y aplicación de la técnica.

En este trabajo realizamos un estudio de los artículos sobre YM publicados en una selección de revistas de Turismo y Hostelería, tanto a nivel nacional como internacional, durante el período de estudio 1996-2003<sup>(5)</sup>.

La realización de investigaciones previas nos ha permitido descubrir que el número de publicaciones sobre YM resultaba relativamente importante en los sectores de Turismo, en general, y Hostelería, en particular (ver Chávez Miranda, 2002). Dado que estas conclusiones las obtuvimos tras analizar una muestra de revistas de gestión, a nivel internacional (a nivel nacional, no se encontró ningún artículo sobre YM, tras analizar revistas de gestión de reconocido prestigio), estimamos que resultaría de interés analizar el tratamiento sobre la técnica en revistas específicamente dedicadas a los sectores mencionados.

Para la selección de las revistas, de Turismo y Hostelería, que constituyen la muestra a estudiar, tanto a nivel nacional como internacional, partimos del estudio de trabajos en los que se ha realizado un análisis de carácter bibliográfico y de contenido de las mismas. Para cada uno de los ámbitos de estudio exponemos la metodología seguida. Una vez localizados los artículos relativos a YM, procedemos a la evaluación de resultados y su estudio.

En términos generales podemos decir que se abordan los siguientes aspectos: número total de artículos publicados sobre YM en cada una de las revistas, número de artículos de YM en relación con el total de artículos publicados en la revista, clasificación en función del sector al que se dedican los distintos trabajos localizados y, por último, análisis de otros aspectos como autores y palabras clave utilizadas. Como se verá en los apartados que siguen, dada la gran difusión del YM a nivel internacional, realizamos un estudio con mayor nivel de detalle en este ámbito.

### **2. Objetivos del estudio**

Con este trabajo se pretende realizar un estudio sobre los artículos dedicados a YM en una selección de revistas de turismo y hostelería en el ámbito tanto nacional como internacional durante el período 1996-2003. De esta forma se trata de dar respuesta a la pregunta sobre el tratamiento que se otorga a nivel académico a una técnica ampliamente difundida en el sector hotelero.

En concreto se pretenden analizar los siguientes aspectos:

- a) *Importancia que otorgan las distintas revistas analizadas al YM.* Evaluamos el tratamiento del YM en términos absolutos, y utilizamos como indicador el número total de artículos de la técnica publicados por año en cada una de las revistas.
- b) *Importancia relativa que cada publicación periódica le otorga al YM.* Para ello se compara el número de artículos publicados en cada revista sobre el tema con el total de publicaciones que aparecen en la misma.
- c) *Subsectores, dentro del sector turístico, a los que se dedican los artículos de YM.*
- d) *Autoría y palabras clave utilizadas.*

### 3. Un paso previo: clasificación del sector turístico

Previamente a la localización de artículos, y acorde con uno de los aspectos que se pretenden analizar con esta investigación (ver punto "c" en el apartado anterior), hemos de elegir una clasificación de las actividades turísticas que nos permita catalogar, en un momento posterior, cada uno de los artículos de YM encontrados y, en definitiva, investigar aquellos sectores a los que se dedican dichos trabajos. En este sentido, contamos con diversas posibilidades, todas ellas con sus ventajas e inconvenientes. No obstante, desde un principio pensamos satisfacer un requisito: la clasificación elegida debía ser aplicable tanto a nivel nacional como internacional. De esta forma conseguimos, de un lado, la comparación de los resultados obtenidos en ambos niveles y, de otro, la comprensión o la ampliación de los resultados en futuras investigaciones, al basarnos en criterios objetivos y de conocimiento global <sup>(6)</sup>. Conforme al criterio explicitado, descartamos, por tanto, la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE).

Por otro lado, la Cuenta Satélite de Turismo <sup>(7)</sup> (CST) diseñada por la Organización Mundial de Turismo

(OMT) junto con otras organizaciones, se nos mostraba como otra posibilidad a tener en cuenta. No sólo por ser de origen internacional sino también por su pretensión de englobar todas las actividades relacionadas con el turismo.

Para que los distintos países confeccionen la CST, la OMT desarrolla una serie de normas internacionales sobre los conceptos, clasificaciones y definiciones <sup>(8)</sup>.

Dentro de estas clasificaciones encontramos las siguientes (OMT, 2002):

**1. Actividades Características del Turismo (ACT/CST).** Definidas como "actividades productivas cuya producción principal es un producto característico de turismo" (concepto, este último, que describimos en el punto siguiente). Permite definir tanto industrias turísticas cuya delimitación no se había hecho previamente, ya que no conforman una rama de actividad única conforme a la definición del Sistema de Cuentas Nacionales de 1993 (SCN93), como establecimientos cuya actividad productiva principal es una actividad característica de turismo.

La lista está formada, por doce actividades incluyendo las siguientes categorías: hoteles y similares, segundas viviendas en propiedad, restaurantes y similares, servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril, servicios de transporte de pasajeros por carretera, servicios de transporte marítimo de pasajeros, servicios de transporte aéreo de pasajeros, servicios anexos al transporte de pasajeros, alquiler de bienes de equipo de transporte de pasajeros, agencias de viajes y similares, servicios culturales y servicios deportivos y otros servicios de esparcimiento.

### 2. Productos Específicos de Turismo (PET/CST).

Incluye, a su vez, dos tipos diferenciados de productos (OMT, 2002):

-*Productos Característicos del Turismo (PCT/CST):*  
Son aquellos que, en la mayoría de los países,

dejarían de existir o disminuiría significativamente su consumo, en caso de ausencia de visitantes. Además, sobre ellos es posible la obtención de información estadística. Son los siguientes:

- 1.-Servicios de alojamiento.
- 2.-Servicios de provisión de alimentación y bebidas.
- 3.-Servicios de transporte de pasajeros.
- 4.-Servicios de las agencias de viajes, operadores turísticos y guías de turismo.
- 5.-Servicios culturales.
- 6.-Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento.
- 7.-Servicios turísticos diversos.

-*Productos Conexos al Turismo*: Productos considerados como específicos de turismo para un país en concreto, pero que nos son reconocidos como tal a nivel mundial. La OMT no ofrece ninguna propuesta respecto a su desglose, posibilitando así que sean los organismos nacionales encargados de la formulación de sus respectivas CST, los que prevean la necesidad de incluir o no nuevos productos.

De las distintas clasificaciones descritas anteriormente seleccionamos para nuestro trabajo la lista de Productos Característicos del Turismo (PCT/CST), principalmente porque:

-Ésta se corresponde parcialmente con el listado provisional de Productos Específicos del Turismo (PET) y, más concretamente, con los considerados como característicos a efectos de comparar los resultados entre naciones (Estadísticas de las Naciones Unidas, 2003). De esta forma conseguimos el requisito preestablecido de que la clasificación elegida debía permitir su comparación.

-La lista de Actividades Características del Turismo (ACT/CST), nos parece excesivamente detallada para el propósito de nuestra investigación. Recuérdese que la lista elegida se utiliza para

clasificar los artículos localizados durante el proceso de revisión bibliográfica. En esta lista algunas actividades como, por ejemplo, los servicios de transporte de pasajeros, aparecen excesivamente desglosados, en comparación con el volumen relativamente escaso de artículos que preveíamos localizar.

No obstante, para posibilitar la comparación de resultados, independientemente de la clasificación utilizada, adjuntamos a continuación una tabla resumen que permite relacionar los distintos epígrafes de la lista de ACT/CST con la de PCT/CST para que, en caso de estimarse conveniente, se reclasifiquen cada uno de los artículos encontrados conforme a la primera de ellas (ver Tabla 1). Además, en dicha tabla se relacionan cada una de estas actividades conforme a la CIUAT (Clasificación Internacional Uniforme de Actividades Turísticas) (9).

Por último, añadir que hemos estimado necesario sumar dos categorías adicionales a la lista elegida (PCT/CST) para el buen desarrollo de nuestro trabajo. Su denominación y contenido son los recogidos a continuación:

8.-*Sector turístico en general*. Incluimos aquí aquellos artículos pertenecientes al sector turístico, en general, que no versan sobre ningún subsector, en particular, dentro del mismo, es decir, no son asignables a ninguna de las categorías de la lista de PCT/CST.

9.-*Resto*. Artículos referentes a otros sectores de servicios o aquellos que no presentan una orientación sectorial específica, es decir, en los que no se hace mención expresa del sector al que se dedican.

Por tanto, las siete categorías incluidas en la lista de PCT/CST junto con las dos ofrecidas en el listado anterior, son las que utilizaremos para la clasificación de los artículos sobre YM/RM localizados en las publicaciones periódicas, tanto a nivel internacional como a nivel nacional.

**Tabla 1: Correspondencia Lista de productos característicos de turismo (PCT/CST), Lista de actividades características del turismo (ACT/CST) y Clasificación Internacional Uniforme de Actividades Turísticas (CIUAT).**

Lista de productos característicos de Turismo	Lista de actividades características de turismo	CIUAT
1, Servicios de alojamiento	1. Hoteles y similares	5510
	2. Segundas viviendas en propiedad	Parte de 7010
2, Servicios de provisión de alimentación y bebidas	3. Restaurantes y similares	5520
3, Servicios de transporte de pasajeros	4. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril	6010-1; 6010-2
	5. Servicios de transporte de pasajeros por carretera	6010-1; 6010-2, 6010-3 6022-1, 6022-2, 6022-3, 6022-4
	6. Servicios de transporte marítimo de pasajeros	6010-1; 6010-2 Parte de 6110 6120.1, 6120-2, 6120-3 Parte de 6120
	7. Servicios de transporte aéreo de pasajeros	6210-1 6220-1, 6220-2
	8. Servicios anexos al transporte de pasajeros	6303-1, 6303-2, 6303-3
	9. Alquiler de bienes de equipo de transporte de pasajeros	7111-1, 7111-2, 7111-3 Parte de 7112, 7113-1
4, Servicios de agencias de viajes, tour operadores y guías	10. Agencias de viajes y similares	6304
5, Servicios culturales	11. Servicios culturales	9232-1, 9232-2 9233-1, 9233-2
6, Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento	12. Servicios de actividades deportivas y otras actividades de recreo	Parte de 9214 Parte de 9241 9219-1 Parte de 9249

Fuente: Segunda y tercera columnas [http://www.world-tourism.org/statistics/basic\\_references/castellano/X.4.htm](http://www.world-tourism.org/statistics/basic_references/castellano/X.4.htm) Consulta realizada 23/05/2002.

#### 4. Análisis de trabajos sobre Yield/Revenue Management en publicaciones periódicas

Como puede deducirse del objetivo de nuestra investigación, no es nuestro propósito realizar un análisis bibliográfico exhaustivo acerca de las publicaciones referentes al tema de estudio, sino más bien el de realizar un análisis de los artículos publicados en una muestra significativa de revistas. El proceso seguido, una vez seleccionadas las revistas, consiste en la realización de un doble análisis: el primero en relación con la evolución del número de publicaciones a lo largo del período de estudio (1996-2003) de forma absoluta y relativa, y el segundo en relación con los sectores a los que se refieren estas publicaciones.

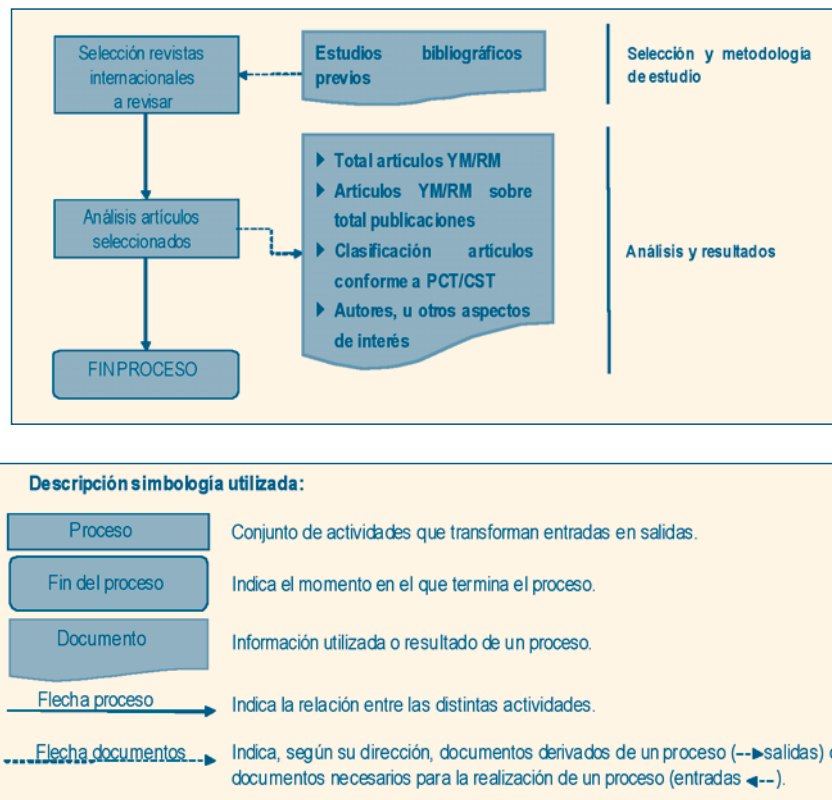
##### 4.1. Revisión de publicaciones internacionales

Previamente a la realización del estudio de las publicaciones internacionales dedicadas a YM debemos acometer una actividad de gran importancia, no sólo para nuestra investigación sino, en nuestra opinión, para llevar a cabo cualquier

trabajo que se base en una revisión bibliográfica, esto es: la selección de las revistas a analizar (ver Figura 1). Para confeccionar el listado de publicaciones periódicas, como se verá a continuación con mayor grado de detalle en el apartado siguiente, procedemos a revisar estudios previos, realizados por otros autores, en los que se analiza el contenido de los artículos publicados en un listado de revistas de turismo y/u hotelería.

Una vez seleccionado un listado de revistas a revisar el proceso continúa con la recopilación y posterior análisis de los índices de estas publicaciones (resúmenes, palabras claves y bibliografía citada cuando fuese necesario) para el ámbito temporal elegido, es decir, desde 1996-2003, con objeto de localizar los trabajos dedicados a YM. Los datos obtenidos se registran en soporte informático para facilitar la explotación de los mismos conforme a los objetivos marcados. El proceso finaliza con la presentación de los resultados obtenidos (que incluimos en el epígrafe "Análisis y Resultados").

Figura 1: Proceso de análisis de revistas sobre turismo y hostelería a nivel internacional (1996-2003).



Fuente: Elaboración propia.

#### 4.1.1. Selección y metodología de estudio

Establecidos como criterios de partida para la selección de revistas que éstas se dedicaran a Turismo y Hostelería, nos surgía otra cuestión de importancia cual es: ¿qué revistas incluir en la muestra objeto de estudio? Para la construcción de dicho listado establecimos como criterio de selección, como se ha apuntado con anterioridad, que éstas hubiesen sido seleccionadas en estudios previos que se fundamentasen en un análisis de su contenido o bibliográfico.

Hemos de aclarar, sin embargo, que la totalidad de los trabajos que citamos a continuación revisan los artículos publicados en un listado de revistas de turismo, hostelería o ambos, tratando posteriormente de clasificarlos, normalmente, en función del área a la que se dedican (marketing, finanzas, operaciones, etc.) o la metodología de investigación utilizada. Nuestro propósito, por tanto, difiere en cuanto al análisis a realizar, pues lo que pretendemos es

analizar, exclusivamente, los artículos publicados sobre YM. No obstante, en nuestra opinión, resultaba interesante seleccionar revistas que hubiesen sido elegidas en estudios previos, tal como se procede en algunos trabajos que citamos a continuación (ver, por ejemplo, Baloglu y Assante, 1999; y Howey et al., 1999).

Centrándonos en el proceso de selección de revistas, dentro del ámbito del turismo en general, nos basamos en los estudios realizados por Reid y Andereck (1989) que analizan un total de tres revistas durante el período 1978 y 1987 (10), Dann et al. (1988) revisan los publicados en dos revistas durante los años 1974-1989, y Howey et al. (1999) que hacen lo propio utilizando tres publicaciones de turismo (1994-1996). También Sheldon, en sendos artículos publicados en los años 1990 y 1991, utiliza tres revistas de turismo y, por su parte, Crawford-Welch y McCleary (1992), sólo una.

Para la selección de revistas en el ámbito de la hostelería <sup>(11)</sup> se utilizan los trabajos realizados por Baloglu y Assante (1999), que incluyen un listado de cinco revistas analizadas durante los años 1990-1996; Chon et al. (1989), revisan cuatro revistas (1967-1986), Crawford-Welch y McCleary (1992), seleccionan en su estudio un total de cuatro revistas (desde 1983-1989), mientras que Howey et al. (1999) y Ferreira et al. (1994), analizan tres revistas de hostelería.

De esta forma confeccionamos un listado provisional formado por las revistas objeto de análisis en función de la frecuencia con que habían sido utilizadas en los estudios previos analizados (ver Tabla 2). Recuérdese que para la confección de dicho listado establecimos como criterio, el haber sido utilizada en algún estudio previo de revisión bibliográfica o de contenido.

**Tabla 2: Revistas utilizadas en trabajos de revisión bibliográfica sobre turismo y hostelería a nivel internacional <sup>(28)</sup>.**

Área Temática										
	Turismo					Hoteles				
Trabajos /Revistas	ANNALS	JTR	TM	JLR	CHRAQ	IJHM	FIU	HERJ	HRJ	IJCHM
Baloglu y Assante (1999)					X	X	X		X	X
Reid y Andereck (1989)	X	X	X							
Chon et al. (1989)					X	X	X	X		
Crawford-Welch y McCleary (1992)		X			X	X	X	X		
Dann et al. (1988)	X			X						
Howey et al. (1999)	X	X	X		X	X			X	
Ferreira et al. (1994)					X	X			X	
Sheldon (1990 y 1991)	X	X	X							
FRECUENCIA	4	4	3	1	5	5	3	2	3	1

Fuente: Elaboración propia.

El listado definitivo de publicaciones lo forman un total de nueve revistas <sup>(12)</sup>, es decir, todas las utilizadas en los estudios citados, que se analizan durante el período 1996-2003, lo que convierte nuestro estudio, como se puede observar, en el más amplio, en cuanto a número de revistas analizadas. Estas son (por orden alfabético):

- Annals of Tourism Research (ANNALS).
- Cornell Hotel and Restaurant Administration Quaterly (CHRAQ).
- FIU Hospitality (FIU)
- International Journal of Contemporary Hospitality Management (IJCHM).
- International Journal of Hospitality Management (IJHM).

- Journal of Hospitality & Tourism Research (JHTR).
- Journal of Leisure Research (JLR).
- Journal of Travel Research (JTR).
- Tourism Management (TM).

No obstante, el listado definitivo de revistas difiere del mostrado en la Tabla 2 debido a los siguientes aspectos:

- La revista *Hospitality Education and Research Journal* (HERJ) ha dejado de editarse, por tanto no se incluye en el listado definitivo.
- Hospitality Research Journal* (HRJ) pasa a denominarse *Journal of Hospitality & Tourism Research* (JHTR) que, por tanto, incorporamos a nuestro estudio. Estas revistas coexisten durante



los años 1996 y 1997. Para evitar el posible sesgo que podría ocasionar en los resultados no incluimos este período en el estudio. Por tanto, la revista JHTR, se analiza desde 1998 hasta el 2003.

Antes de dar por finalizado este apartado nos gustaría aclarar que pese a la existencia de dos revistas especializadas en YM no se han incluido en el análisis que aquí realizamos principalmente por dos motivos: de un lado, porque todos los artículos publicados en las mismas se dedican a la técnica por lo que no procede su estudio en los términos del desarrollado para los demás títulos y, de otro, como puede recordarse el objetivo establecido para la investigación establecía el estudio de revistas de turismo y hostelería y no de revistas especializadas. Las revistas que comentamos son: *Journal of*

*Revenue and Pricing Management* y la más reciente *International Journal of Revenue Management*.

#### 4.1.2. Análisis y resultados

Confeccionado el listado de revistas internacionales a analizar, estamos en condiciones de abordar la fase que hemos denominado “Análisis de los artículos seleccionados” (ver Figura 1). Procedemos, en primer lugar, a la obtención de los índices completos de las revistas seleccionadas desde 1996 al 2003 (ambos inclusive) para, posteriormente, revisarlos (junto con los resúmenes, artículo completo y bibliografía, cuando fuese necesario) seleccionando aquellos artículos relativos al YM. El proceso ha supuesto la revisión de un total de 3.000 artículos publicados en las 9 revistas seleccionadas. En la Tabla 3 recogemos algunos datos de carácter cuantitativo relacionados con las distintas publicaciones periódicas.

**Tabla 3: Artículos publicados en las revistas internacionales analizadas (1996-2003).**

Revista	Promedio artículos publicados por año	Desviación estándar	Valor máximo de artículos publicados por año	Valor mínimo de artículos publicados por año
ANNALS	68,75	11,66	89	55
TM	62,25	9,19	83	52
CHRAQ	58,13	3,04	63	54
JTR	52,50	7,87	64	41
IJCHM	46,38	8,25	62	38
JLR	28,13	10,63	53	19
IJHM	26,25	4,86	35	21
JHTR	23,00	4,65	29	17
FIU	15,38	4,14	20	9

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al análisis realizado, en función del objetivo marcado en esta investigación y conforme a los aspectos que pretendemos estudiar (recogidos en el apartado Objetivos del estudio), hemos estructurado la exposición de los resultados en los siguientes apartados:

1.-Clasificación de las revistas en función del tratamiento del YM en términos absolutos. Para ello se ordenan las publicaciones analizadas de acuerdo con el total de artículos publicados de YM en cada una de las revistas revisadas.

2.-Clasificación de las revistas en función del tratamiento del YM de forma relativa, es decir, en relación con el total de artículos publicados en cada revista.

3.-Clasificación de los artículos localizados de YM en función del sector de actividad al que se refieren, utilizando para ello la Lista de Productos Característicos de Turismo (PCT/CST).

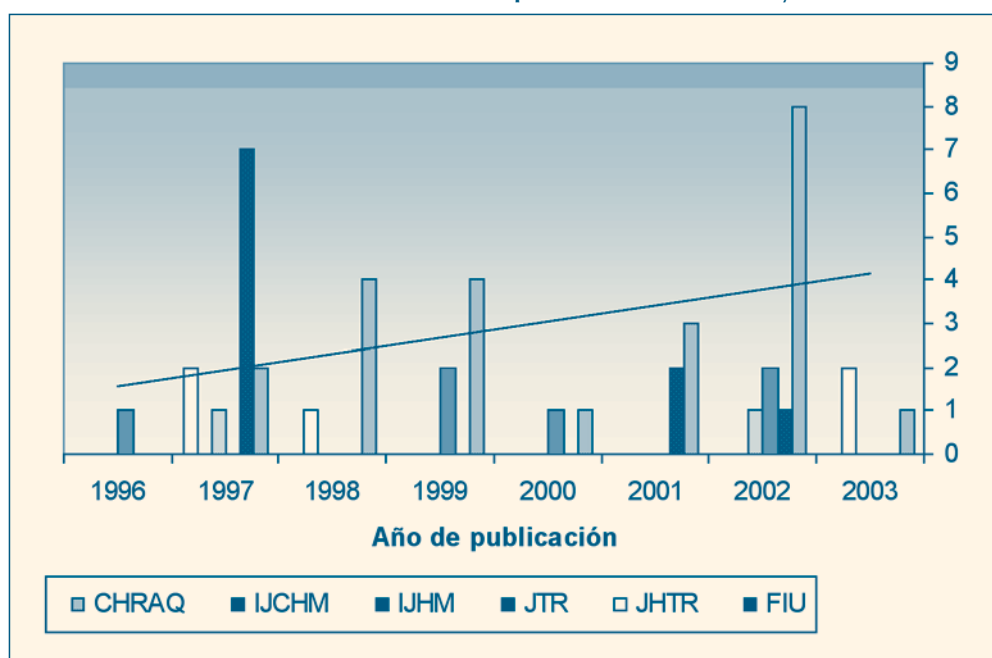
4.-Para finalizar, se describen otros aspectos de interés como los autores de los artículos encontrados y palabras clave utilizadas.

4.1.2.1. Clasificación de las revistas en función del tratamiento del YM/RM

El primer trabajo que abordamos en esta parte de la investigación consiste en la elaboración de una tabla

y un gráfico que nos permite observar la evolución, en el espacio temporal elegido, el número de publicaciones referidas específicamente al YM (ver Gráfico 1 y/o Tabla 4).

Gráfico 1: Total artículos de YM/RM por revista internacional y año (29).



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4: Total artículos de YM/RM por revista internacional y año.

Orden 1	Revista	Artículos								TOTAL
		2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	
1	CHRAQ	1	8	3	1	4	4	2	0	23
2	IJCHM	0	1	2	0	0	0	7	0	10
3	IJHM	0	2	0	1	2	0	0	1	6
4	JHTR	2	0	0	0	0	1			3
5	FIU	0(1)	0	0	0	0	0	2	0	2
5	JTR	0	1	0	0	0	0	1	0	2
	ANNALS	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	JLR	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	TM	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>12</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>46</b>

(1) No se dispone de información acerca del volumen 21, nº 2 correspondiente a este año.

Máximo del año

Fuente: Elaboración propia.

En el Gráfico 1, se observa una tendencia creciente en el número de publicaciones sobre YM. Sin embargo, hemos de resaltar que el número relativo de artículos sobre la técnica (46 dedicados a YM de 3.000 publicados) se nos antoja escaso. Además de los datos obtenidos podemos destacar que:

-La revista *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quaterly* (CHRAQ), concentra el 50% de las publicaciones sobre el YM/RM. Por tanto, destaca en cuanto al tratamiento del tema objeto de estudio, configurándose como una revista de referencia obligada.

-En el extremo opuesto se sitúan *Annals of Tourism Research* (Annals), *Journal of Leisure Research* (JLR) y *Tourism Management* (TM), en las que no se ha encontrado ningún artículo acerca del YM/RM.

-En cuanto a los artículos publicados en la revista *International Journal of Contemporary Hospitality Management* (IJCHM) en el año 1997 (7 en total) hemos de aclarar que se deben a la publicación de un número especial dedicado exclusivamente al tema de estudio (volumen 9, número 2). Este hecho coloca a la revista en segunda posición en el ranking de revistas.

#### 4.1.2.2. Clasificación de las revistas en función del tratamiento del YM/RM de forma relativa

La clasificación de las revistas conforme al tratamiento del YM/RM (primera columna, "Orden 1", en la Tabla 4), no guarda relación, en términos generales, con la clasificación de revistas que obtenemos en caso de analizar el total de artículos publicados en cada una de ellas (ver Tabla 5, columna "Orden 2" y Gráfico 2, donde se recogen los datos porcentuales).

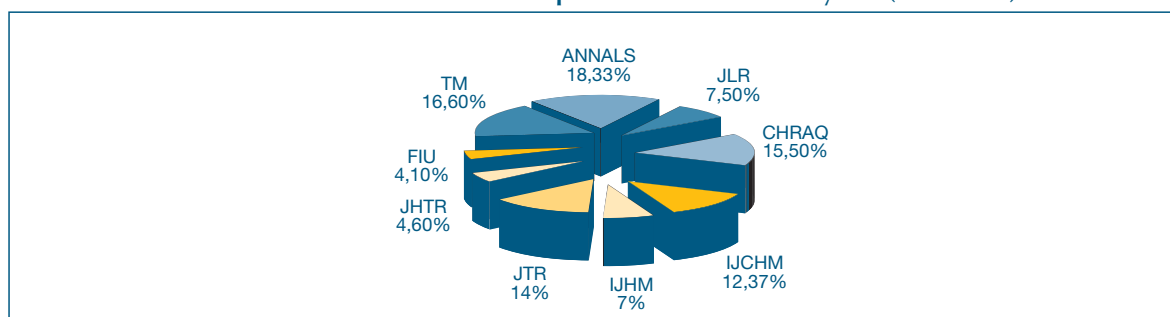
Tabla 5: Total artículos analizados por revista internacional y año.

Orden 2	Revista	Artículos								TOTAL
		2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	
1	ANNALS	55	71	70	66	55	64	89	80	550
2	TM	60	58	57	52	61	64	63	83	498
3	CHRAQ	60	56	60	56	56	60	54	63	465
4	JTR	46	41	50	64	55	47	56	61	420
5	IJCHM	62	46	45	53	49	38	39	39	371
6	JLR	20	24	28	53	28	27	26	19	225
7	IJHM	31	35	25	27	27	21	22	22	210
8	JHTR	29	22	17	20	22	28			138
9	FIU	9 (1)	48	16	16	9	17	20	18	123
	<b>Total</b>	<b>372</b>	<b>371</b>	<b>368</b>	<b>407</b>	<b>362</b>	<b>366</b>	<b>369</b>	<b>385</b>	<b>3000</b>

(1) No se dispone de información acerca del volumen 21, nº 2 correspondiente a este año.

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 2: Total artículos analizados por revista internacional y año (1996-2003).



Fuente: Elaboración propia.

De esta forma, revistas como *Annals of Tourism Research* (ANNALS) y *Tourism Management* (TM), que no dedican ningún artículo al YM/RM, se sitúan en las primeras posiciones en cuanto al volumen de artículos publicados (concentrando un 18% y un 17% de los artículos publicados, respectivamente).

No obstante, como comentamos con anterioridad, tratamos de determinar, en este apartado, la

importancia relativa que dedican a los artículos de YM cada una de las revistas analizadas, más que estudiar el número de artículos publicados en cada una de ellas. Para ello utilizamos como indicador el número de artículos de YM/RM dividido por el total de artículos publicados en cada una de las revistas. Tal como hicimos en ocasiones anteriores, ordenamos las revistas en función de los valores obtenidos (ver Tabla 6, columna "Orden 3").

**Tabla 6: Porcentaje de artículos de YM/RM sobre total de artículos publicados por revista internacional y año.**

Orden 3	Revista	Artículos								TOTAL (1)
		2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	
1	CHRAQ	1,67%	14,29%	5,00%	1,79%	7,14%	6,67%	3,70%		4,95%
2	IJHM		5,71%		3,70%	7,41%			4,55%	2,86%
3	IJCHM		2,17%	4,44%				17,95%		2,70%
4	JHTR	6,90%					3,57%			2,17%
5	FIU							10,00%		1,63%
6	JTR		2,44%					1,79%		0,48%

(1) Número de artículos de YM/RM sobre el total de artículos publicados por revista cada año.

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar comparando la clasificación "Orden 1" (primera columna de la Tabla 4) y la que aparece como "Orden 3" (presentado en la Tabla 6) existe una gran correspondencia entre ellas. Todas las revistas, en ambas tablas, mantienen el mismo orden de prioridad, a excepción de *International Journal of Hospitality Management* (IJHM) y *International Journal of Contemporary Hospitality Management* (IJCHM), que intercambian los puestos segundo y tercero.

Esto nos lleva a concluir que, independientemente de que se consideren las publicaciones acerca de YM/RM en términos absolutos o en términos relativos, la revista *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* (CHRAQ) se erige como referente a tener en cuenta para todos aquellos docentes, investigadores y profesionales interesados en el tema de estudio.

Por otro lado, recuérdese que el listado original de revistas a analizar estaba formado por cuatro revistas, dedicadas a Turismo (de forma genérica), y cinco, dedicadas a hostelería. De ello nos gustaría destacar

que el listado de revistas que incluyen artículos de YM/RM lo componen todas las de hostelería, y exclusivamente una de turismo (*Journal of Travel Research*, JTR), hecho que achacamos a la amplia temática abordada por este tipo de publicaciones.

Aunque pensamos, en un principio, que al centrarnos en revistas dedicadas al sector turístico, sector originario del YM, el número de artículos dedicados a la técnica serían numerosos, hemos de decir, que su cuantía está en la línea de las encontradas en nuestros estudios previos: 44 artículos publicados en una muestra formada por cinco revistas internacionales (13).

Conforme a lo dicho, cabría preguntarse: ¿se dedican todos los artículos localizados sobre YM/RM a hostelería? A continuación ofrecemos un análisis del subsector específico, dentro del sector turístico, al que se dirigen las publicaciones encontradas.

4.1.2.3. *Clasificación de los artículos localizados de YM/RM en función del sector de actividad*

En apartados anteriores hacemos referencia a la Lista de Productos Característicos de Turismo (PCT/CST) como vía para la clasificación de los artículos localizados (14). En la Tabla 7 mostramos el resultado de aplicar dicha clasificación a los artículos de YM/RM.

Como hemos indicado anteriormente, cinco de las revistas que publican algún artículo sobre YM/RM, son de hostelería, y sólo una, de turismo. Teniendo en cuenta estos resultados podemos pensar *a priori*

que la totalidad de los artículos localizados se catalogarían como servicios de alojamiento (punto 1 de la clasificación), o como artículo general sobre turismo (punto 8). En la Tabla 7 puede observarse que se alcanzan los valores máximos para estas categorías: 20 de alojamiento y 12 de artículos sobre turismo en términos generales. No obstante, estimamos tanto oportuno como conveniente profundizar un poco más en dicho estudio (ver Tabla 7 y en el Gráfico 3).

**Tabla 7: Clasificación de artículos de YM en revistas internacionales utilizando la Lista de Productos Característicos de Turismo (PCT/CST).**

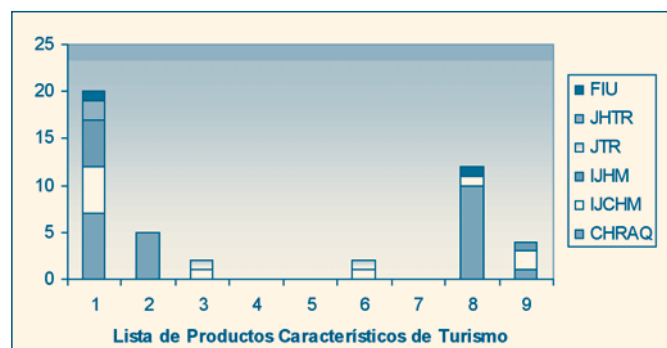
- Clasificación:**
1. Servicios de alojamiento.
  2. Servicios de provisión de alimentación y bebidas.
  3. Servicios de transporte de pasajeros.
  4. Servicios de agencias de viajes, tour operadores y guías.
  5. Servicios culturales.
  6. Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento.
  7. Servicios turísticos diversos.
  8. Artículo general turístico.
  9. Resto.

Revista	1	2	3	4	5	6	7	8	9	TOTAL (1)
CHRAQ	7	5	0	0	0	0	0	10	1	23
IJCHM	5	0	1	0	0	1	0	1	2	10
IJHM	5	0	0	0	0	0	0	0	1	6
JTR	0	0	1	0	0	1	0	0	0	2
JHTR	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2
FIU	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2
TM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ANNALS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
JLR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	20	5	2	0	0	2	0	12	4	45

Máximo por categoría

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 3: Clasificación de artículos de YM en revistas internacionales conforme a la Lista de Productos Característicos de Turismo.**



Fuente: Elaboración propia.

Fruto del análisis realizado, podemos destacar los siguientes aspectos, además de los que acabamos de mencionar en el párrafo anterior:

-*Cornell Hotel and Restaurant Administration Quaterly* (CHRAQ) recoge todos los estudios publicados sobre YM/RM aplicado a la restauración (columna "2", en la Tabla 7). Ello se debe, básicamente (4 artículos de un total de 5), a la actividad investigadora desarrollada por la Profesora Sheryl Kimes (de *Cornell University*), pionera en la aplicación del YM/RM en el sector de la restauración (ver el epígrafe siguiente donde se establece una clasificación de los artículos en base a su autoría).

-Se han encontrado sólo dos trabajos relativos a aerolíneas (columna "3" de la Tabla 7), ambos realizados en el año 1997 <sup>(15)</sup>. En nuestra opinión, un número escaso dado que se trata del sector donde se originó la técnica.

-Los artículos recogidos en el apartado 6 (Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento), publicados en las revistas IJCHM y JTR, se dedican al golf y al esquí, respectivamente. Se trata, por tanto, de publicaciones que van avanzando en la aplicación de la técnica en nuevos sectores.

-Destaca, también, el volumen de artículos generales sobre turismo, apartado 8 de nuestra clasificación, con un total de 12 referencias, la mayoría de ellas en CHRAQ, atribuibles a dos autores: Kimes (con el 50% de los publicados en esta revista) y Quain (40%).

-Por último, recuérdese que el apartado "Resto" (columna "9" de la Tabla 7), se incluyen aquellos artículos en los que no se hace referencia expresa a ningún sector en concreto. Todos ellos se centran en el análisis de aspectos teóricos relacionados con la técnica.

#### 4.1.2.4. Autores y palabras clave

No podemos dar por concluido nuestro análisis sin

antes revisar aquellos autores que publican la mayoría de los artículos localizados. En la Tabla 8 recogemos un listado que contiene los autores de más de un trabajo <sup>(16)</sup>, en las revistas analizadas, durante el período 1996-2003.

**Tabla 8. Autores artículos de YM/RM en revistas internacionales.**

Autor	Total artículos	En solitario	Coautor
Kimes, S.E.	12	6	6
Quain, B.	4	2	2
Choi, S.	2		
Cross, R.G.	2	1	1
Ellis, T.	2		
Griffin, P.	2	1	1
Noone, B.	2		
Sansbury, M.W.	2		
Schwartz, Z.	2	1	1
Seo, J.	2		
Upchurch, R.S.	2		

Fuente: Elaboración propia.

A continuación resaltamos algunos aspectos de interés:

-Sheryl Kimes aparece como la autora que ha publicado más trabajos sobre el tema de estudio. Se trata de una profesora de la Universidad de Cornell que ha publicado todos los artículos localizados durante nuestro proceso de análisis en la revista de dicha Universidad (*Cornell Hotel and Restaurant Administration Quaterly*, CHRAQ) <sup>(17)</sup>. La mitad de ellos publicados en solitario y el resto en coautoría. Su primer artículo, dedicado al tema de estudio, data de 1989 y, para el período de análisis, posee artículos publicados en todos los años desde 1998 hasta el 2003. Se trata de una autora de reconocido prestigio y de referencia obligada (son muchos sus trabajos citados por otros autores), considerada como persona clave en relación con el YM/RM <sup>(18)</sup>.

-Quain publica una serie de 4 artículos, también en la revista *Cornell Hotel and Restaurant*

*Administration Quaterly* (CHRAQ), dedicados a la aplicación del RM, durante los años 1998 y 1999.

-También destacamos a Robert G. Cross fundador de la primera consultoría dedicada al tema en 1984.

No obstante, consideramos que el listado de autores que ofrecemos debe observarse con cierta cautela, principalmente por dos cuestiones:

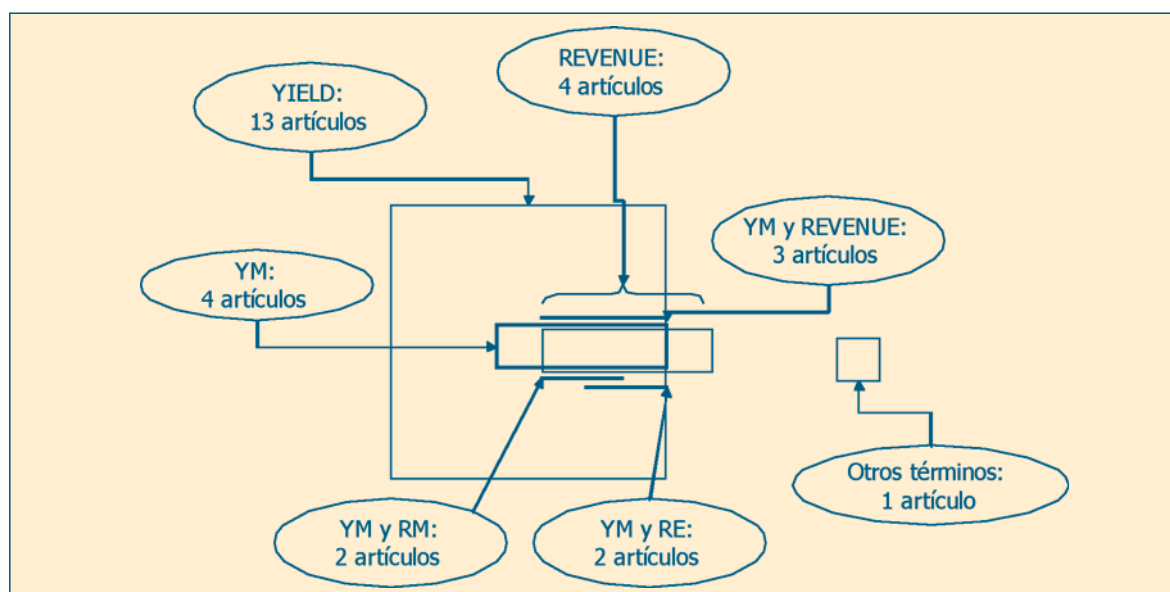
-Podemos observar la gran influencia de los artículos publicados en la revista *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quaterly*, frente al resto. Esto influye de forma decisiva en el número de artículos publicados por determinados autores. Ya se ha comentado, que todos los artículos de la autora Kimes, se editan en la misma, ocurriendo lo mismo, para Quain y Cross.

-Observamos que no aparecen en el listado, autores cuyas investigaciones son consideradas y citadas internacionalmente, por nombrar sólo algunos: Belobaba, Weatherford y Orkin. Entre éstos, el primero de los citados se puede considerar uno de los precursores del YM<sup>(19)</sup>, con su artículo publicado en 1985.

En cuanto a la revisión de las palabras clave mencionadas con mayor frecuencia en los artículos seleccionados, hemos querido recoger, gráficamente, cuál ha sido su utilización, para exponer, sobre todo, las coincidencias entre los diversos trabajos. Previamente, hemos de aclarar que dicho análisis se ve limitado por dos hechos, de un lado, la disponibilidad de dichos artículos, y de otro, la no inclusión de palabras clave en algunos de ellos (por ejemplo, los publicados en la revista CHRAQ). En definitiva, aportaremos las conclusiones obtenidas tras revisar las palabras clave incluidas en un total de 16 artículos.

Pese a las limitaciones anotadas nos parece interesante apuntar algunos detalles, en tanto que pueden beneficiar a futuros investigadores en la localización más eficiente de trabajos de YM/RM (dada la proliferación de bases de datos existentes en la actualidad). Las conclusiones del proceso realizado, se presentan de forma gráfica, en la Figura 2, y en la Tabla 9. Podemos observar, que el término más citado es *Yield*. Pero debemos tener cuidado al utilizarlo para realizar búsquedas, puesto que los resultados obtenidos pueden mostrarse más abundantes y genéricos de lo deseado<sup>(20)</sup>. Por tanto, aconsejamos comenzar por términos como *Revenue Management*, *Yield Management*, o, el más actual, *Revenue Enhancement*.

Figura 2: Frecuencia por palabras clave



Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 9: Frecuencia por palabras clave.**

Palabras clave:	Frecuencia
YIELD	13
YIELD MANAGEMENT	4
REVENUE	4
YIELD AND REVENUE	3
REVENUE MANAGEMENT	2
REVENUE ENHANCEMENT	2

Fuente: Elaboración propia.

En la Figura 2, como se ha comentado, se refleja la coincidencia entre las distintas palabras clave. Así, encontramos que en cuatro de los trece artículos en los que se utilizaba “yield” como descriptor, se completa con “management”. De estos cuatro, en tres aparece además el término “revenue”.

A su vez, el término “revenue” es utilizado en un total de cuatro artículos como palabra clave: en dos de ellos aparece como “revenue management” y en otros dos como “revenue enhancement” (21).

Por último, comentar que el artículo que no utiliza como palabras clave ninguna de las descritas, aunque sí lo hace en el título del mismo que contiene “Yield Management”, incluye términos más genéricos como gestión y técnicas, entre otras. A modo de conclusión podemos decir que el análisis de las palabras clave nos ha permitido obtener dos resultados principales:

- 1.-Conocer aquellos términos que nos pueden proporcionar, de un lado, mayores resultados

y, de otro, restringir los mismos, en el caso de consultar bases de datos para la localización de trabajos.

- 2.-Localizar nuevos términos utilizados para la descripción de la materia, como en nuestro caso, “revenue enhancement”.

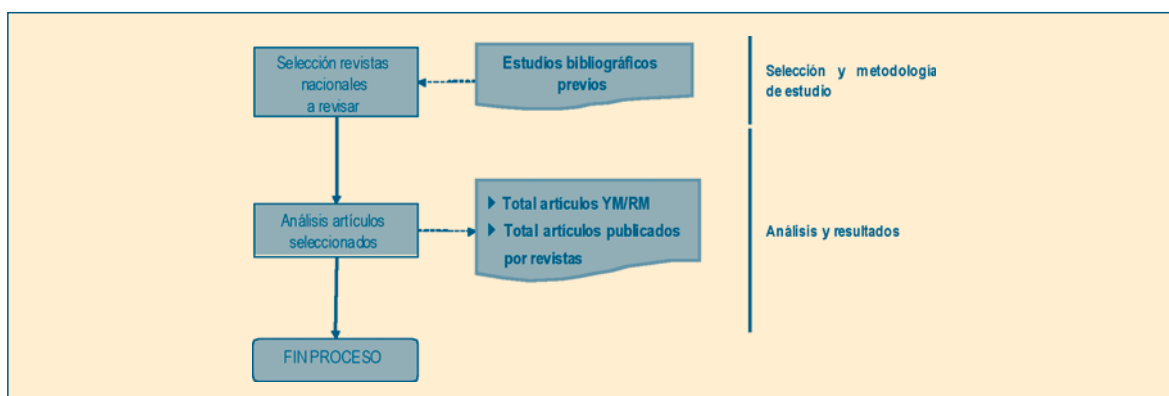
#### 4.2. Revisión de publicaciones nacionales

En un principio, nos plantemos utilizar la misma metodología aplicada al análisis de publicaciones periódicas en el ámbito internacional al nacional. No obstante, nos encontramos con el inconveniente de que los estudios previos de revisiones bibliográficas a nivel nacional, ofrecen un listado limitado e insuficiente de publicaciones, conforme al objetivo planteado en este apartado de la investigación. Recuérdese que nos proponemos como objetivo la realización de un estudio sobre los trabajos dedicados a YM.

Estas circunstancias nos llevan a la ampliación del listado original de revistas incluyendo otras, académicas del sector turístico y hostelería, con vistas a incrementar el número de artículos localizados sobre YM/RM, tal como analizaremos en el apartado de “Selección y metodología del estudio”.

Para la exposición de resultados seguimos básicamente, y en la medida de lo posible, el mismo esquema presentado a nivel internacional, y que, para este ámbito, recogemos en la Figura 3.

**Figura 3: Proceso de análisis de revistas de turismo y hostelería a nivel nacional (1996-2003) (30).**



Fuente: Elaboración propia.



En primer lugar, comenzamos con la selección y metodología de estudio en la que comentamos el proceso seguido para la selección del listado de revistas a analizar (de turismo y hostelería) para el ámbito temporal elegido, es decir, de 1996-2003.

Seguidamente procedemos a la localización de los artículos relativos al YM/RM, lo que ha supuesto la revisión de 713 referencias, de seis revistas. Dicho proceso, culmina con la exposición de los resultados, en cuanto a artículos de YM/RM publicados, tanto en términos absolutos como en términos relativos (en función del número total de artículos publicados en cada revista).

Por otro lado, como puede recordarse, a nivel internacional también se realiza una clasificación de los artículos, utilizando para ello la Lista de Productos Característicos de Turismo (PCT/CST), además de un análisis detallado de los autores y palabras clave utilizadas. Dado el escaso número de artículos sobre YM localizados en el ámbito que ahora analizamos, no se contemplan dichos apartados, ofreciéndose los resultados del estudio de forma conjunta (ver apartado “análisis y resultados”).

#### 4.2.1. Selección y metodología de estudio

Como punto de partida del proceso, se procede a la localización de estudios de revisión bibliográfica que incluyan el análisis de publicaciones periódicas nacionales, dedicadas a turismo y/o hostelería, de ámbito académico. De esta forma, se seleccionan los trabajos desarrollados por Bueno Campos (1996), Antón i Clavé et al. (1996), Bigné (1996), y el más reciente, de Sánchez Pérez y Marín Carrillo (2003).

Así, encontramos que Bueno Campos (1996), evalúa la investigación sobre empresas turísticas en España (encuadradas en la disciplina economía de la empresa), realizadas, principalmente, por investigadores españoles, a través del análisis de trabajos científicos (tesis doctoral, artículo o libro); Antón i Clavé y otros (1996) revisan tesis, congresos, capítulos de libros, monografías y artículos sobre Geografía del Turismo; siendo Sánchez Pérez y

Marín Carrillo (2003), los únicos que revisan de forma exhaustiva las publicaciones en las revistas que analizan, durante el período 1996-2001, con el propósito de profundizar en el estado de la investigación académica, en economía de la empresa, centradas en turismo. Bigné (1996), por su parte, analiza revistas (de turismo y marketing), además de otras fuentes de información (algunas actas de congresos y bases de datos), con el objeto de analizar la investigación en Marketing.

Centrándonos en las revistas utilizadas en los estudios referenciados, hemos de decir, que todos los autores coinciden en revisar exclusivamente dos revistas, *Estudios Turísticos* y *Papers de Turisme* (22), lo que destaca la importancia de ambas publicaciones a nivel nacional en materia turística (ver Tabla 10). Esta fue la causa que nos indujo a incluirlas en nuestro listado de revistas objeto de análisis.

**Tabla 10: Revistas analizadas en trabajos de revisión bibliográfica sobre turismo y hostelería a nivel nacional.**

Trabajos/Revistas	Estudios Turísticos	Papers de Turisme
Bueno Campos (1996)	X	X
Antón i Clavé et al. (1996)	X	X
Sánchez Pérez y Marín Carrillo (2003)	X	X
Bigné (1996)	X	X

Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, convenimos que nuestros resultados podrían ser escasos, a no ser que ampliáramos el número de revistas a revisar. Además, como puede observarse, las revistas seleccionadas están referidas al sector turístico, en general, lo que hacía necesaria la localización, al menos, de revistas del sector hotelero. Por ello, decidimos acudir a la información de expertos para recibir algún tipo de consejo acerca de la operativa que podíamos utilizar.

De esta forma, acudimos a la Biblioteca de la Universidad de Sevilla donde nos ofrecieron un listado de revistas de interés con el requisito de

que se dedicaran al ámbito académico. De forma complementaria, nos aconsejaron utilizar diferentes tipos de búsquedas en la base de datos de nuestra Universidad para obtenerlas. El listado provisional, así obtenido, estaba formado por las siguientes revistas que exponemos en orden alfabético:

- Annals of Tourism (en español).
- Estudios Turísticos (incluida con anterioridad fruto de la revisión bibliográfica realizada).
- Estudis de Turisme de Catalunya.

- Gestión de Hoteles y Empresas Turísticas.
- Papers de Turisme (también seleccionada previamente).

Llegados a este punto decidimos completar, tal como nos aconsejaron, el listado anterior mediante la realización de búsquedas en las bases de datos de nuestra Universidad. En la Tabla 11, recogemos información acerca de los principales detalles del proceso realizado, así como de los resultados obtenidos.

**Tabla 11: Búsquedas en bases de datos. Criterios utilizados y resultados obtenidos.**

Búsqueda nº	Base de datos	Términos de búsqueda	Resultado	Válidos	
1	(1) R E C U R S O S e	turismo (cualquier recurso <sup>a</sup> ) en todas las materias y todos los tipos	0	0	<b>Observaciones:</b> (1) Recursos e: Base de datos que incluye los recursos electrónicos disponibles en la Universidad de Sevilla. (2) Fama: Catálogo de la misma biblioteca. Incluye también los recursos electrónicos aunque, como se puede apreciar, los resultados obtenidos son distintos, por lo que es conveniente la utilización complementaria de ambas bases de datos. <sup>a</sup> Cualquier recurso: supone una búsqueda por título, palabra clave, etc., es decir, lo más amplia posible. <sup>b</sup> Revista/s internacional/es. <sup>c</sup> Anuarios. <sup>d</sup> Se eliminaron revistas internacionales y anuarios e informes estadísticos. <sup>e</sup> Se eliminaron revistas internacionales, anuarios e informes estadísticos, revistas con orientación local.
2		hostelería (cualquier recurso <sup>a</sup> ) en todas las materias y todos los tipos	1	0 <sup>b</sup>	
3		hotel (cualquier recurso <sup>a</sup> ) en todas las materias y todos los tipos	1	0 <sup>b</sup>	
4		tourism (cualquier recurso <sup>a</sup> ) en todas las materias y todos los tipos	4	0 <sup>b</sup>	
6	(2) F A M A	Catálogo de revistas, en cualquier campo hostelería	2	0 <sup>c</sup>	
7		Catálogo de revistas, en cualquier campo hoteles	14	1 <sup>d</sup>	
8		Catálogo de revistas, en cualquier campo turismo	81	5 <sup>e</sup>	
9		Catálogo de revistas, en cualquier campo tourism	13	0 <sup>b</sup>	
10	Catálogo de revistas, en cualquier campo hotel	5	0 <sup>b</sup>		

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede comprobar, dicho listado coincide con el ofrecido de forma provisional. No obstante, decidimos recurrir a la valoración de otro experto que nos confirmara la selección realizada. De esta forma acudimos al Instituto de Estudios Turísticos (IET), donde nos proporcionaron los resultados obtenidos mediante la realización de búsquedas en la base de datos del Centro de Documentación Turística de España (CDTE), conforme a los criterios preestablecidos, es decir, la obtención de un listado de revistas de turismo y/o hostelería españolas de importancia, con vistas a realizar un estudio exhaustivo acerca de la publicación de artículos relativos al YM/RM<sup>(23)</sup>. En concreto, nos proporcionaron dos listados en los que utilizaron los términos de búsqueda, “gestión hotelera” y “gestión y administración de empresas”, en el catálogo de revistas.

El primero de ellos, estaba formado por 28 revistas de las que se seleccionan dos: *Gestión de Hoteles y Empresas Turísticas* (incluida en el listado provisional), y *Gestión en H* (no mencionada hasta el momento). Las no seleccionadas son, principalmente, publicaciones de ámbito internacional, o no académicas, como *Cuadernos de Dirección de Empresas Turísticas* (editada por la Asociación Española de Directores de Hotel).

En relación con el segundo listado, es decir, el obtenido mediante el criterio “Gestión y Administración de Empresas”, estaba formado por un total de 14 títulos, de los que se selecciona sólo uno, nuevamente *Gestión de Hoteles y Empresas Turísticas*. Por razones similares a las aludidas en el caso anterior, se excluyeron los demás.

Por último, para completar los resultados, nos ofrecieron un listado adicional obtenido de una búsqueda, realizada en el catálogo de revistas “Revistur”, utilizando para ello la expresión “Gestión del Rendimiento” (para los años 2002 y 2003). Éste es el que utilizan en el Instituto de Estudios Turísticos para catalogar cualquier producción relativa al YM/RM. Una vez revisado dicho listado, no se encontró ninguna revista adicional. No obstante, el análisis de los datos evidenciaba la utilización del descriptor (Gestión del Rendimiento), para un ámbito más amplio incluyendo aspectos relacionados con la planificación estratégica y el marketing, entre otros. Además, también se incluían capítulos de libros.

De esta forma y, a modo de conclusión, podemos decir que, una vez terminado el proceso que acabamos de detallar, y como punto de partida para la localización de artículos relativos al YM/RM en publicaciones periódicas a nivel nacional, seleccionamos las siguientes revistas (cuatro de ellas de turismo y dos de hostelería):

- Annals of Tourism* (en español).
- Estudios Turísticos.
- Estudis de Turisme de Catalunya*.
- Gestión de Hoteles y Empresas Turísticas.
- Gestión en H: Revista de Gestión y Dirección de Hoteles y Restaurantes.
- Papers de Turisme*.

#### 4.2.2. Análisis y resultados

Seleccionadas las revistas de turismo y hostelería objeto de análisis, procedimos, tal como se hace para las revistas internacionales, a la localización de sus índices. Los datos sobre los artículos publicados en las revistas analizadas se recogen en la Tabla 12.

Tabla 12: Artículos publicados en las revistas nacionales analizadas.

Revista	Promedio artículos publicados por año	Desviación estándar	Valor máximo de artículos publicados por año	Valor mínimo de artículos publicados por año
Gestión de Hoteles y Empresas Turísticas	42	8,23	55	35
Estudios Turísticos	23	7,97	36	10
Gestión en H	22	16,47	45	6
Annals of Tourism (en español)	20	3,13	25	17
Estudis de Turisme de Catalunya	11	3,00	15	5
Papers de Turisme	8	4,44	10	6

Fuente: Elaboración propia.

A continuación exponemos los resultados obtenidos en la revisión bibliográfica sin incluir un desglose tan detallado como el realizado a nivel internacional, debido al escaso número de artículos localizados. Es decir, se evalúan, en este caso, de forma conjunta los aspectos: clasificación de las revistas en función del tratamiento del YM/RM en términos absolutos y relativos, y detalle de los autores de los artículos. Por otro lado, obviamos la clasificación sectorial de los mismos por las razones antes aludidas.

En la Tabla 13, recogemos los artículos localizados sobre YM/RM para el horizonte temporal 1996-2003. Como se puede observar, el tratamiento del tema a

nivel nacional difiere enormemente del panorama reflejado a nivel internacional. La necesidad de difundir conocimientos relativos a la técnica ya se puso de manifiesto en el estudio realizado por la Comisión Europea en 1997 (Arthur Andersen, 1997), y la importancia de la misma ya fue resaltada en 1996 por Bueno Campos que la califica como nueva línea de investigación (24). No obstante, los resultados, como pueden verse en la tabla que adjuntamos, son desalentadores. Además, nos gustaría recordar que en un estudio previo en el que se analizan seis revistas de Dirección y Gestión de Empresas, en general, no encontramos ningún artículo relativo al YM/RM (25).

**Tabla 13: Total artículos de YM por revista nacional y año.**

Revista	Artículos								TOTAL
	2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	
<b>Gestión en H</b>	0	1	0	1	(*)	(*)	(*)	(*)	<b>2</b>
<b>Estudis de Turisme de Catalunya</b>	0	0	1	0	0	0	0	(*)	<b>1</b>
<b>Annals of Tourism (en español)</b>	0	0	0	0	0	(*)	(*)	(*)	<b>0</b>
<b>Estudios Turísticos</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
<b>Gestión de Hoteles y Empresas Turísticas</b>	0	0	0	0	0	(*)	(*)	(*)	<b>0</b>
<b>Papers de Turisme</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>

(\*) Durante estos años no se editaba la revista.  
Fuente: Elaboración propia.

Podemos ver cómo la revista *Gestión en H: Cuadernos Gestión* y de *Dirección de Hoteles y Restaurantes*, concentra el máximo de publicaciones, esto es, sólo dos. Se trata de una revista de reciente creación (de ahí que aparezca el símbolo “(\*)” en la tabla desde 1996 hasta 1999, ambos inclusive). También se ha encontrado un artículo de YM/RM en la revista *Estudis de Turisme de Catalunya*.

En cuanto a la clasificación de las revistas en función del número total de artículos publicados (ver Tabla 14), creemos más conveniente la utilización de la clasificación plasmada en la Tabla 12, conforme a la media de artículos publicados por año, dada la influencia que podría provocar la publicación reciente de un gran número de revistas. De esta forma, vemos que aquellas revistas que publican más artículos (primeras posiciones en la Tabla 14), no

incluyen ningún artículo relativo al tema de estudio. Pensamos que esto se debe a la gran diversidad de materias que abarcan la mayoría de estas publicaciones.

En lo relativo a la clasificación en función del sector al que se dedican las publicaciones localizadas conforme a la lista de Productos Característicos de Turismo (PCT/CST), podemos decir que todos se encuadran dentro de la categoría de “artículo general turístico” (punto 8).

Por último, en relación con los autores de los trabajos encontrados, en la revista *Gestión en H*, en los años 2002 y 2000, corresponden a Santamaría y Courtier (respectivamente), y en *Estudis de Turisme*, a Fluví i Font (2000). Ninguno de los artículos mencionados

Tabla 14: Total de artículos analizados por revista nacional y año.

Revista	Artículos								TOTAL
	2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	
Gestión de Hoteles y Empresas Turísticas	35	37	44	55	37	(*)	(*)	(*)	206
Estudios Turísticos	21	30	26	23	36	17	10	20	183
Annals of Tourism (en español)	19	19	17	22	25	(*)	(*)	(*)	102
Gestión en H: Cuadernos de Gestión	45	20	17	6	(*)	(*)	(*)	(*)	88
Estudis de Turisme de Catalunya	12	11	15	12	11	11	5	(*)	77
Papers de Turisme	7	6	9	10	8	10	9	8	67
	139	123	128	128	117	38	24	28	725

(\*) Durante estos años no se editaba la revista.  
Fuente: Elaboración propia.

incluía palabras clave, por lo que obviamos, en este caso, el análisis de las mismas.

Hemos de decir, no obstante, que se han encontrado dos trabajos anteriores a los comentados. Hacemos referencia, en concreto, al artículo publicado en 1994 por González Fernández y Sulé Alonso (1994a y 1994b) titulado “Expectativas de la utilización del Yield Management en las empresas turísticas” en la revista Estudios Turísticos (no localizado durante el proceso de revisión por encontrarse fuera del período de análisis), y al de Santos Arrebola (1995) publicado en las Actas de un Congreso.

## 5. Conclusiones

El trabajo de investigación desarrollado ha supuesto la revisión de 3000 referencias publicadas en nueve revistas internacionales y 713 en seis revistas nacionales de turismo y hostelería lo que nos ha permitido localizar un total de 49 artículos dedicados al YM/RM en el período de análisis, 1996-2003.

En cuanto a las conclusiones obtenidas las recogemos a continuación, de forma resumida, estructuradas en función de los objetivos planteados:

a) *Clasificar las revistas en función de su importancia para el tema de estudio, es decir, del tratamiento del Yield Management en particular.*

A nivel internacional ha quedado constancia de la importancia dedicada al tema por la revista Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly (CHRAQ) <sup>(26)</sup>.

A nivel nacional, aunque de forma menos taxativa que la anterior, destaca Gestión en H, ya que sólo se han publicado dos artículos en el horizonte temporal de estudio.

b) *Análisis de la importancia relativa de las revistas (publicaciones de Yield Management en relación con el total de publicaciones).*

En el caso de las publicaciones internacionales, sigue resaltando la revista CHRAQ; mientras que en el ámbito nacional, el análisis carece de sentido dado el ínfimo volumen de artículos localizados.

c) *Clasificar los artículos localizados en función del subsector específico al que se dedican, dentro del sector turístico.*

La mayoría de los trabajos localizados, a nivel internacional, se dedican a servicios de alojamiento (46%), o al sector turístico en general (26%). En tercer lugar, se sitúan los dedicados a los servicios de provisión de alimentación y bebidas (11%) publicados, en su totalidad, en la revista CHRAQ.

d) *Análisis de determinados aspectos de los artículos seleccionados como autores y palabras clave.*

En relación con este objetivo y, al igual que en el anterior, sólo podemos ofrecer resultados relevantes a nivel internacional, destacando la autora Sheryl Kimes. No obstante, han de tenerse en cuenta las limitaciones aludidas al respecto, en relación con el sesgo que podía provocar que la mayoría de las publicaciones localizadas se correspondieran con la revista CHRAQ.

Además, la investigación realizada nos ha permitido obtener un listado de revistas de referencia de Turismo y Hostelería tanto a nivel nacional como internacional que estimamos de gran interés para el desarrollo de futuras investigaciones de carácter bibliográfico.

Así, basándonos en las revistas utilizadas en ocho estudios previos a nivel internacional dedicados a análisis bibliográfico, hemos confeccionado un listado de revistas académicas internacionales dedicadas al sector turístico (4 revistas), en general y, a la hostelería (5 revistas), en particular. Dicho listado lo componen los siguientes títulos: *Annals of Tourism Research* (ATR), *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* (CHRAQ), *FIU Hospitality* (FIU), *International Journal of Contemporary Hospitality Management* (IJCHM), *International Journal of Hospitality Management* (IJHM), *Journal of Hospitality & Tourism Research* (JHTR), *Journal of Leisure Research* (JLR), *Journal of Travel Research* (JTR) y *Tourism Management* (TM).

A nivel nacional, tras el análisis de diferentes listados de revistas de turismo y hostelería, la consulta de

distintas fuentes de información, así como de estudios de carácter bibliográfico realizados previamente, hemos obtenido un listado formado por las siguientes publicaciones: *Annals of Tourism* (en español), *Estudios Turísticos*, *Estudis de Turisme de Catalunya*, *Gestión de Hoteles y Empresas Turísticas*, *Gestión en H: Cuadernos de Gestión y Dirección de Hoteles y Restaurantes*, y *Papers de Turisme*.

A modo de resumen podemos decir que este trabajo, además, ha supuesto las siguientes aportaciones:

- Ofrece un análisis bibliográfico exhaustivo sobre las publicaciones de YM en una selección de revistas tanto a nivel nacional como internacional de interés para futuras investigaciones sobre el tema.

- La clasificación de los artículos en función del sector de actividad resulta a la vez útil, para analizar la oportunidad de estudio de un determinado sector, y novedosa.

- Se ofrece un listado de revistas de turismo y hostelería, tanto a nivel nacional como internacional, que puede utilizarse tanto para el desarrollo de futuras investigaciones como para otros fines.

Por último añadir que este trabajo constituye una de las etapas en el desarrollo de una investigación más amplia que continúa con el estudio del contenido de los artículos sobre YM/RM localizados durante el proceso de revisión bibliográfica descrito, con vistas al establecimiento del marco teórico que, posteriormente, nos permitiera el desarrollo de un estudio empírico sobre la aplicación de la técnica en el sector hotelero <sup>(27)</sup>.

### Bibliografía

- Antón i Clavé, S.; López Palomeque, F.; Marchena Gómez, M.J.; Vera Rebollo, J.F. (1996): "La investigación turística en España: aportaciones de la geografía (1960-1995)". *ESTUDIOS TURÍSTICOS* (129), pp.165-208.
- Arthur Andersen (1997): *Yield Management in Small and Medium Sized Enterprises in The Tourism Industry*. European Commission—General Report.
- Baloglu, S.; Assante, L.M. (1999): "A Content Analysis of Subject Areas and Research Methods Used in Five Hospitality Management Journals". *Journal of Hospitality & Tourism Research* (23/1), feb, pp. 53-70.
- Bayón Mariné, F.; Martín Rojo, I. (2004): *Operaciones y Procesos de Producción en el Sector Turístico*. Ed. Síntesis.
- Bigné, J.E. (1996): "Turismo y marketing en España. Análisis del estado de la cuestión y perspectivas de futuro". *Estudios Turísticos* (129), pp.105-127.
- Bueno Campos, E. (1996). "La investigación sobre las empresas turísticas en España: Estado del arte". *Estudios Turísticos* (129), pp. 61-80.
- Chávez Miranda, M.E. (2002): *Yield Management: Estudio Bibliográfico y Aspectos Básicos*. Trabajo de Investigación dirigido por el Prof. Dr. D. Antonio Ruiz Jiménez. No Publicado.
- Chávez Miranda, M.E. (2005): *Yield Management. Estudio de su Aplicación en el Sector Hotelero*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. D. Antonio Ruiz Jiménez.
- Chávez Miranda, M.E. y Ruiz Jiménez, A. (2004): "Yield Management Research Through The Analysis Of Scientific Journals: Preliminary Results". *2<sup>nd</sup> Word Conference On Pom And 15<sup>th</sup> Annual Pom Conference*. Cancun, México.
- Chávez Miranda, M.E. y Ruiz Jiménez, A. (2005): *Yield Management en la Hostelería. Estudio de su aplicación en Sevilla*. Ayuntamiento de Sevilla—Consortio de Turismo de Sevilla.
- Chon, K.; Evvans, M.R.; Sutherlin, D. (1989): "Trends in Hospitality Management Literature: A content Analysis". *Hospitality Research Journal* (13/1), pp. 483-491.
- Cook, T.M. (1998): "Sabre Soars". *Orms Today* (25/3), pp. 26-35.
- Courtier, D. (2000): "Revenue management: una primera introducción". *Gestión En H: Cuadernos de Gestión y Dirección de Hoteles y Restaurantes* (1).
- Crawford-Welch, S.; McCleary, K.W. (1992): "An Identification of the Subject Areas and Research Techniques Used in Five Hospitality-Related Journals". *International Journal of Hospitality Management* (11/2), pp. 155-167.
- Cross, R.G. (1997): *Revenue Management. Hard-Core Tactics For Market Domination*. Broadway Books.
- Dann, G.; Nash, D.; Pearce, P. (1988): "Methodology in Tourism Research". *Annals of Tourism Research* (15/1), pp. 1-28.
- Estadísticas de las Naciones Unidas. United Nations Statistics (2003): [Http://unstats.un.org](http://unstats.un.org). Consulta: 11/04/2003.
- Esteban Talaya, A. Y Reinares Lara, E. (1996): "La investigación de la demanda turística en España: recopilación y análisis". *Estudios Turísticos* (129), pp.81-104.
- Ferreira, R.; DeFranco, A.; Rappole, C. (1994): "Rating the Hospitality Journals". *International Journal of Hospitality Management* (13/3), pp. 209-218.
- Fluviá i Font, M. (2000): "Yield management i política de preus". *Estudis de Turisme de Catalunya* (7).
- Frechtling, D.C. (1999): "The tourism satellite account: foundations, progress and issues". *Tourism Management* (20/1); pp. 163-170.
- González Fernández, A.M. y Sulé Alonso, M.A. (1994): "Expectativas de la utilización del Yield Management en las empresas turísticas". *Estudios Turísticos* (123), pp. 47-70.
- Howey, R.M.; Savage, K.S.; Verbeeten, M.J.; Hoof, H.B. (1999): "Tourism and hospitality research journals: cross-citations among research communities". *Tourism Management* (20/1), pp. 133-139.
- Instituto Nacional de Estadística, INE (2002): "La nueva Cuenta Satélite del Turismo en España perfecciona su medición económica". *Boletín informativo del Instituto Nacional de Estadística*. Cifras INE (2).
- Instituto Nacional de Estadística, INE (2003): "El Turismo en 2002". *Boletín informativo del Instituto Nacional de Estadística*. Cifras INE (4).
- Kimes, S.E. (1989a): "The Basics of Yield Management". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* (30/3), pp. 14-19.
- Kimes, S.E. (1989b): "Yield Management: A Tool For Capacity Constrained Service Firms". *Journal of Operations Management* (8/4), pp. 348-411.
- Kimes, S.E.; Chase, Richard B. (1998): "The Strategic Levers of Yield Management". *Journal of Service Research* (1/2), pp. 156-166.
- Lieberman, W.H. (1993): "Debunking The Myths Of Yield Management". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* (34/1), pp. 34-41.
- Reid, L.J.; Andereck, K.L. (1989): "Statistical Analyses Use in Tourism Research". *Journal of Travel Research* (28/2), pp. 21-24.
- Sánchez Pérez, M. Y Marín Carrillo, M.B. (2003): "La investigación en turismo y economía de la empresa publicada en revistas especializadas españolas: 1996-2001". *Papers de Turisme* (33), pp. 6-39.
- Santamaría, C. (2002): "Yield management: una vía para maximizar la rentabilidad de las ventas". *Gestión en H: Cuadernos de Gestión y Dirección de Hoteles y Restaurantes* (5 y 6), pp. 35-39.
- Santos Arrebola, J.L. (1995): *La Técnica del Yield Management. Una Innovación en el Marketing Hotelero*. VII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing. Barcelona, 28-30 Septiembre. Ed. ESIC, pp. 497-504.
- Smith, B.C.; Leimkuhler, J.F.; Darrow, R.M. (1992): "Yield Management At American Airlines". *Interfaces* (22/1), pp. 8-31.

## Notas

- 1 Puesto que requiere de la actualización continua de los datos.
- 2 Este estudio se realiza sobre el censo de los hoteles de Sevilla y provincia de cuatro y cinco estrellas (véase Chávez Miranda, M.E. "Yield Management. Estudio de su aplicación en la hotelería". Tesis doctoral dirigida por el Dr. D. Antonio Ruiz Jiménez (2005).
- 3 Given that a constant updating of data is required.
- 4 This study is based on the census of four- and five-star hotels in Seville and its province (see Chávez Miranda, M.E. "Yield Management. A study of its application in hotel industry". Doctoral thesis directed by Dr. Antonio Ruiz Jiménez (2005).
- 5 Esta investigación constituye la fase previa al desarrollo del marco teórico de la Tesis Doctoral "Yield Management. Estudio de su Aplicación en Hotelería" realizada por Chávez Miranda, M.E. y dirigida por el Dr. D. Ruiz Jiménez, A. (2005)
- 6 En este sentido, en una investigación previa, tras la realización de un análisis del sector al que se dedicaban los artículos sobre YM en una selección de publicaciones periódicas, vimos que un elevado número de éstos se dedicaban a los sectores "Turismo" y de "Servicios de Alojamiento". Este fue uno de los motivos que nos llevó a seleccionar ambos sectores para la ampliación de la investigación.
- 7 El primer borrador de la CST fue presentado por la OMT en 1995 (Frechtling, 1999) y los primeros resultados de la Cuenta Satélite del Turismo en España (CSTE) son presentados por el Instituto Nacional de Estadística a mediados del 2002 (ver INE, 2002).
- 8 De esta forma permitirá, además, orientar a los países en el desarrollo de su propio Sistema Nacional de Estadísticas de Turismo, SET (OMT, 2000).
- 9 Que coincide, a su vez, con la del ISIC (International Standard Industrial Classification of all Economic Activities). Ver Estadísticas de las Naciones Unidas (2003).
- 10 En la Tabla 2, se recogen cada uno de los estudios utilizados para la selección de las revistas que analizamos. En la misma se señalan, además, las revistas incluidas en cada uno de los trabajos.
- 11 Aunque en nuestro objetivo explicitamos la localización de revistas de turismo y hotelería, utilizamos ahora el término hostelería pues, como se puede comprobar, alguna de las publicaciones abarcan tanto el sector hotelero como la restauración.
- 12 Aunque en la Tabla 2 aparecen diez revistas, una de ellas es eliminada, y otra, sustituida, como se verá a continuación, contemplando nuestra investigación el análisis de nueve títulos.
- 13 El estudio abarca las revistas Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, International Journal of Service Technology and Management, Operations Research, European Journal of Operational Research y Journal of Service Research, que son analizadas para el período 1996-2001 (Chávez Miranda, 2000).
- 14 En un estudio previo, tal como se comenta en este trabajo, utilizamos esta forma de clasificación, obteniendo unos resultados enriquecedores, de ahí que decidiéramos aplicarlo nuevamente (ver Chávez Miranda, 2002).
- 15 Recuérdese que ese año la revista IJCHM publicó un número dedicado exclusivamente al YM/RM, con un total de 7 artículos, entre los que se encuentra uno de los aquí mencionados.
- 16 Para su estudio se han tenido en cuenta exclusivamente los tres primeros autores.
- 17 Cabría pensar que la autora publica exclusivamente en esta revista, sin embargo, investigaciones complementarias a la que ahora presentamos llevan a concluir que lo hace, además, en otras revistas de reconocido prestigio como Journal of Service Research, Journal of Operations Management, Journal of Operational Research Society y Journal of Revenue and Pricing Management.
- 18 Tal como queda de manifiesto en el reconocimiento que puede verse en <http://www.nubs.napier.ac.uk/nubs/HTM/Research/RM/Website/profiles/profiles.htm>
- 19 Desarrolló el concepto de Expected Marginal Seat Revenue (EMSR), de gran importancia y repercusión en la actualidad.
- 20 Por ejemplo, el término Yield es también utilizado al hablar del rendimiento de las inversiones, rendimiento o productividad en la agricultura, etc.
- 21 Nótese que estas áreas coinciden en un artículo. De esta forma tratamos de reflejar que, además, hay un artículo en el que aparece la palabra "revenue" en solitario.
- 22 Hemos comentado, previamente, que Bigné (1996) también analiza revistas sobre Marketing. Éstas no se han tenido en cuenta en nuestra investigación pues, como puede recordarse, establecimos como criterio para la selección de las publicaciones a analizar, que éstas se dedicasen a turismo, en general, o a la hotelería, en particular.
- 23 Estudios previos, como los realizados por Esteban Talaya y Reinales Lara (1996) y Bigné (1996), también realizan consultas a dicho organismo.
- 24 Refiriéndose al trabajo presentado por González Fernández y Sulé Alonso (1994) sobre YM.
- 25 En dicho estudio se analizaron los trabajos contenidos en las revistas: Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, Revista de Economía y Empresa, Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, Alta Dirección, Dirección y Organización y ESIC Market; durante el período que comprende desde 1996-2001 (Chávez Miranda y Ruiz Jiménez, 2004).
- 26 Para más información acerca de otras revistas y el número de artículos de YM/RM, ver Tabla 4.
- 27 Véase Chávez Miranda, M.E. 2005.
- 28 Los nombres completos de las revistas aparecen a continuación en el texto.
- 29 La línea del gráfico representa la regresión lineal del número total de artículos publicados por año para el horizonte temporal de estudio (1996-2003).
- 30 La simbología utilizada se corresponde con la presentada en la Figura 1, a la que remitimos en caso de que se estime oportuno.