



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

# Análisis de la Aplicación Empírica del Yield Management en las Hosterías de Primera Categoría de la Provincia de Cotopaxi

Arelis Cristina Misse Mora

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE – Ecuador

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio



Introducción



Objetivos



Estado del Arte



Trabajo Realizado



Resultados



Conclusiones

- El Yield Management (YM), tiene origen en las aerolíneas en el año 1978, ya que en ese momento la ley de Estados Unidos conjuntamente con la Junta de Aviación Civil (CAB) liberaron el control de los precios para los pasajes aéreos.
- Para la correcta realización de la investigación se identifican elementos que comparten las hosterías involucradas.
- La investigación está diseñada para analizar las 29 hosterías de la provincia de Cotopaxi; aplicada a una muestra de 3 alojamientos, que a juicio del investigador son las más importantes ya que son las que están en primera categoría según lo revela el Consolidado Nacional 2017 proporcionado por el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR)



Introducción

Objetivos

Estado del Arte

Trabajo Realizado

Resultados

Conclusiones

Analizar la aplicación empírica del *Yield Management* en las hosterías de primera categoría de la provincia de Cotopaxi; a fin de identificar los factores estratégicos para un desempeño exitoso en estas hosterías.

- Fundamentar las teorías inherentes al *Yield Management* en la hotelería contemporánea.
- Diagnosticar el comportamiento de los factores que intervienen en la aplicación empírica del *Yield Management* en las hosterías de primera categoría de la provincia de Cotopaxi.
- Analizar los componentes que inciden en la asignación de precios en la venta de habitaciones en las hosterías de primera categoría provincia de Cotopaxi con el fin de hacerlas más competitivas.



Introducción

Objetivos

Estado del Arte

Trabajo Realizado

Resultados

Conclusiones

### Principales argumentos del *Yield Management*

“Es un sistema de gestión que consiste en aplicar tarifas diferentes según las características y comportamientos de la demanda con el objetivo de maximizar los ingresos y, por tanto, los beneficios” Ojeda y Mármol (2012, p. 78).

“consiste en un método que ayuda a vender el producto correcto al cliente apropiado, en el momento y al precio adecuado, permitiendo de esta manera maximizar ingresos” (Martínez 2014, p. 34).

“consiste en un método que ayuda a vender el producto correcto al cliente apropiado, en el momento y al precio adecuado, permitiendo de esta manera maximizar ingresos” (Martínez 2014, p. 34).



Introducción



Objetivos



Estado del Arte



Trabajo Realizado



Resultados



Conclusiones

YM es entonces un conjunto de técnicas, que mediante el análisis de las diferentes variables que inciden en el precio del bien, y que además que están sujetas a cambios constantes, se pueden gestionar de manera que se adapten al mayor número de segmentos posibles con la finalidad de maximizar los ingresos, al realizar la venta por los canales adecuados, al cliente correcto en el tiempo oportuno y al precio justo.



## Elementos del *Yield Management*

Introducción



Objetivos



Estado del Arte



Trabajo Realizado



Resultados



Conclusiones

**Precio.-** valor de carácter monetario, de peculiaridad modificable y variable.



**Marketing.-** refiere al medio que se utiliza para poder llegar a captar la mayor atención posible.



**Yield (Rendimiento).-** pretende realizar una clasificación de los diferentes tipos de clientes.



Introducción



Objetivos



Estado del Arte



Trabajo Realizado



Resultados



Conclusiones

## *Yield o Revenue Management*

*Yield* es un sistema de gestión de tarifas variables, que están relacionadas directamente con la demanda.



*Revenue* es el nombre que se le otorga para las aplicaciones hoteleras.



*Yield y Revenue* es que el primer concepto está relacionado con la gestión del rendimiento o rentabilidad y el segundo se vincula a la gestión de ingresos (Vitta, 2018).



Introducción



Objetivos



Estado del Arte



Trabajo Realizado



Resultados



Conclusiones

## El *Yield Management* y la Hotelería

- Al hacerse énfasis en la hotelería, se establece como -Vender la habitación correcta, al cliente correcto, en el momento preciso, para la fecha correcta-.
- Para efecto del postulado se deben tomar en cuenta los siguientes factores como:

Rentabilidad  
por  
habitación

Costos.

Ventas.

Mercado.



Introducción



Objetivos



Estado del Arte



Trabajo Realizado



Resultados



Conclusiones

En el presente trabajo de investigación están involucradas 29 hosterías correspondientes a la provincia de Cotopaxi; sin embargo, a juicio del investigador se ha considerado trabajar con tres hosterías, siendo estas las de mayor representatividad de la provincia en virtud a que son primera categoría según el MINTUR.

## Hosterías

Hostería San Agustín de Callo, ubicada en el cantón Latacunga, sector Lasso

Hacienda la Ciénega ubicada en el cantón Latacunga y sector Tanicuchi,

Hostería San José de Sigchos ubicada en el cantón Sigchos.



- Además, es importante describir el proceso técnico-metodológico por el cual se llegó a obtener los resultados.

Introducción



Objetivos



Estado del Arte



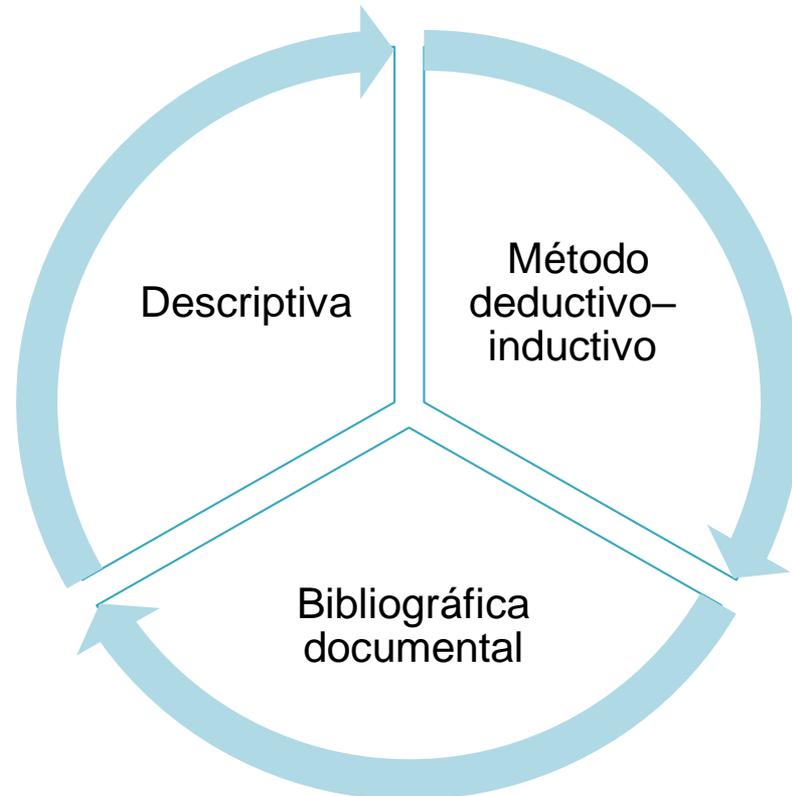
Trabajo Realizado



Resultados



Conclusiones





Introducción



Objetivos



Estado del Arte



Trabajo Realizado

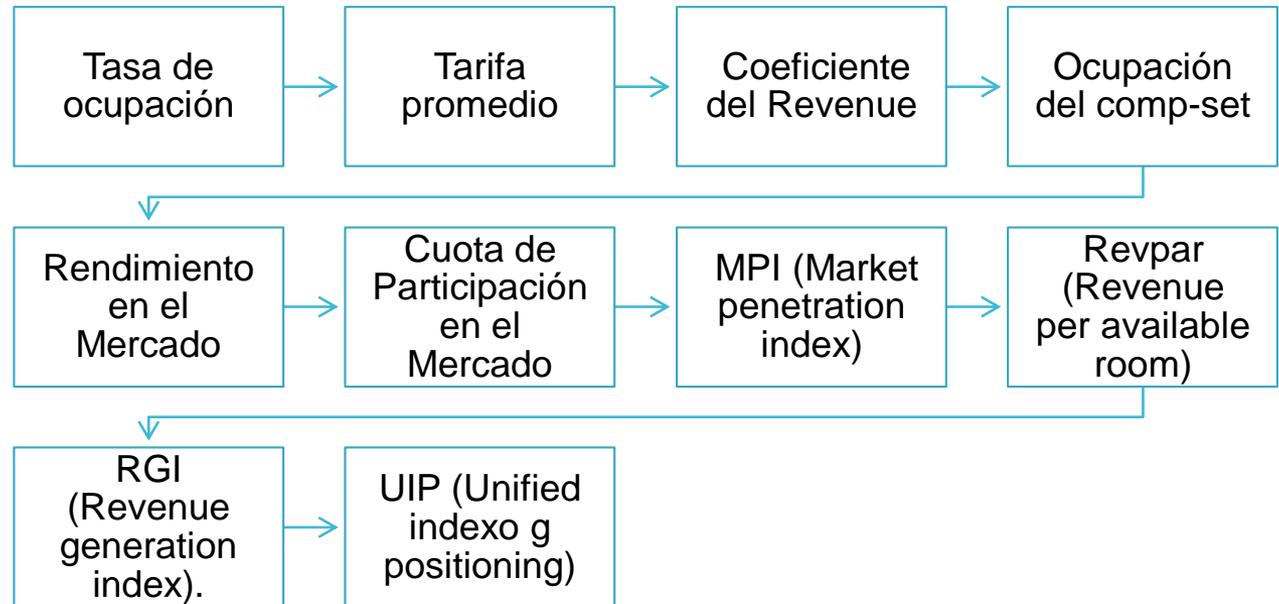


Resultados



Conclusiones

- Por otra parte los indicadores que se emplean con los datos obtenidos son los siguientes:





Introducción



Objetivos



Estado del Arte



Trabajo Realizado



Resultados



Conclusiones

- Tabla 1. Tasa de ocupación.

Hosterías	Habitaciones Disponibles en el Periodo (92 Días)		Room Nights (Habitaciones Vendidas)	TO	Ranking De Ocupación
San Agustín de Callo	10	920	260	28, %	1
San José de Sigchos	18	1656	181	11, %	3
La Ciénega	22	2024	350	17, 22 %	2
COMPT –SEP	50		791	56, %	

Se puede evidenciar que el análisis fundamental de la hotelería refleja la relación entre la ocupación y la disponibilidad, mismas que se ven afectadas minuto a minuto, sin embargo no son previsiones.



Introducción

Objetivos

Estado del Arte

Trabajo Realizado

Resultados

Conclusiones

Tabla 2. Tarifa promedio

Hosterías	San Agustín de Callo	Hostería San José de Sigchos	La Ciénega
Promedio de Ocupación	28%	11%	17%
Habitaciones vendidas	260	181	350
Habitaciones complementarias	20	20	25
Octubre 2017	\$ 28.864,00	\$ 5.940,60	\$ 23.278,24
Noviembre 2017	\$ 35.589,56	\$ 6.889,88	\$ 38.681,89
Diciembre 2017	\$ 33.285,35	\$ 5.851,60	\$ 20.175,55
Facturación	\$ 97.738,91	\$ 18.682,08	\$ 82.135,68
Tarifa Promedio	\$ 375,92	\$ 103,22	\$ 234,67
Tarifa Promedio (hab. complementarias)	\$ 407,25	\$ 116,04	\$ 510,16

La Hostería San Agustín de Callo, muestra la mayor cantidad de ingresos frente a su competencia y considerando que las habitaciones a venderse son 10, es decir superior en casi el 50% de las habitaciones disponibles de las demás.

Tabla 3. El coeficiente del *revenue*

Hostería	Habitaciones	Tarifa Rack	Promedio De Ocupación	Ingreso Real	Habitaciones	Ingreso Potencial
San Agustín de Callo	Superior	\$ 452,00	3	\$ 1.356,00	10	\$ 4.520,00
	Estándar	\$ 395,00		\$ 1.185,00		\$ 3.950,00
TOTAL				\$ 2.541,00		\$ 8.470,00
RSE						30%
San José de Sigchos	Simple	\$ 70,00	4	\$ 280,00	18	\$ 1.260,00
	Matrimonial	\$ 87,00		\$ 348,00		\$ 1.566,00
	Doble	\$ 105,40		\$ 421,60		\$ 1.897,20
	Triple	\$ 131,76		\$ 527,04		\$ 2.371,68
	Cuádruple	\$ 168,36		\$ 673,44		\$ 3.030,48
	Suite	\$ 146,40		\$ 585,60		\$ 2.635,20
TOTAL				\$ 2.835,68		\$ 12.760,56
RSE						22%
La Ciénega	Simple	\$ 79,00	8	\$ 632,00	22	\$ 1.738,00
	Doble	\$ 111,00		\$ 888,00		\$ 2.442,00
	Triple	\$ 132,00		\$ 1.056,00		\$ 2.904,00
	Suite Familiar	\$ 172,00		\$ 1.376,00		\$ 3.784,00
	Suite Lujo	\$ 219,00		\$ 1.752,00		\$ 4.818,00
TOTAL				\$ 5.704,00		\$ 15.686,00
RSE						36%

Hacienda la Ciénega se encuentra en el 36% de sus ventas ideales, debido a que podría hacer modificaciones en su performance de ventas hasta tratar de lograr completar con el 64% restante, seguido de San Agustín de Callo con el 30% y San José de Sigchos con el 22%



Introducción



Objetivos



Estado del Arte



Trabajo Realizado



Resultados



Conclusiones

- Tabla 4. Rendimiento en el mercado

Hostería	Nº De Hab. Disponibles	Potencial Individual (92 días)	Potencial del Mercado	Potencial Del Mercado (Cuota Justa)
San Agustín de Callo	10	920	50	20%
San José de Sigchos	18	1656		36%
La Ciénega	22	2024		44%
Total		4600		100%
Tasa De Ocupación Del Comp-Set	17%			

El conjunto de hosterías de primera categoría de la provincia de Cotopaxi, durante el último trimestre del año 2017 lograron vender el 17% del total de su potencial.



• Tabla 5. MPI (*market penetration index*).

Hostería	Cuota Del Comp-Set	Hab. Vendidas	To Del Compt-Set	Rendimiento Del Compt-Set	Relación Cuota Del Compt-Set & Rendimiento	To Individual	MPI
San Agustín de Callo	20%	260	17%	33%	13%	28%	1,643
San José de Sigchos	36%	181		23%	-13%	11%	0,636
La Ciénega	44%	350		44%	0%	17%	1,006
Comp-Set	100%	791		100%			

El índice de penetración en el mercado en las hosterías involucradas, para San Agustín de Callo y La Ciénega que es de superior a 1, indica que se ha obtenido una ocupación por encima de la cuota de mercado, mientras que para San José de Sigchos los resultados muestran que su ocupación está por debajo de lo eficiente.

Introducción



Objetivos



Estado del Arte



Trabajo Realizado



Resultados



Conclusiones



Introducción

Objetivos

Estado del Arte

Trabajo Realizado

Resultados

Conclusiones

- Tabla 6. RGI (*revenue generating index*)

Hostería	Tarifa Promedio	To	Rev Par	RGI
San Agustín de Callo	\$ 375,92	28%	\$ 105,26	0,867
San José de Sigchos	\$ 103,22	11%	\$ 11,35	0,094
La Ciénega	\$ 234,67	17%	\$ 39,89	0,329
Comp-Set	\$ 713,81	56%	\$ 121,35	

San Agustín de Callo obteniendo el mayor índice de ingresos en comparación al de su competencia, ya que como se ha mencionado su tasa de ocupación es la más alta al igual que el precio en la venta de sus habitaciones y sin dejar de lado las actividades complementarias que brinda fuera del alojamiento.



Introducción



Objetivos



Estado del Arte



Trabajo Realizado



Resultados



Conclusiones

- Tabla 7. UIP (*Unified Index of Positioning*)

Hostería	MPI	RGI	UIP
San Agustín de Callo	1,64	0,867	2,077
San José de Sigchos	0,636	0,094	0,682
La Ciénega	1,006	0,329	1,170

San Agustín de Callo y La Ciénega, respectivamente han obtenido ingresos mayores a los de su competidor, por otro lado la hostería San José de Sigchos que no ha logrado aún obtener los ingresos justos por habitaciones disponibles



Introducción



Objetivos



Estado del Arte



Trabajo Realizado



Resultados



Conclusiones

- El estudio de la aplicación empírica del *Yield Management* en las hosterías de primera categoría de Cotopaxi, determina la existencia de características referentes al YM que contribuyen a la potencializar su capacidad de mejora.
- La hostería San Agustín de Callo conforme al presente estudio es la mejor posicionada de acuerdo a la aplicación de los indicadores del *Yield Management* y la ubican como un establecimiento que obtiene altos índices de rendimiento.



Introducción



Objetivos



Estado del Arte



Trabajo Realizado



Resultados



Conclusiones

- La Ciénega que aprovecha el contenido histórico de sus instalaciones para venderse de preferencia al público extranjero, el manejo de grupos, así como también de su cercanía al Parque Nacional Cotopaxi que es un destino turístico de gran reconocimiento a nivel mundial, obteniendo el 44% del rendimiento en el mercado.
- Hostería San José de Sigchos promueve el alojamiento y contribuye de manera positiva en el incremento del turismo para Sigchos, ya que esta hostería es mejor en el cantón.



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

- Gracias...

