

El Revenue Management en la Administración de Hoteles

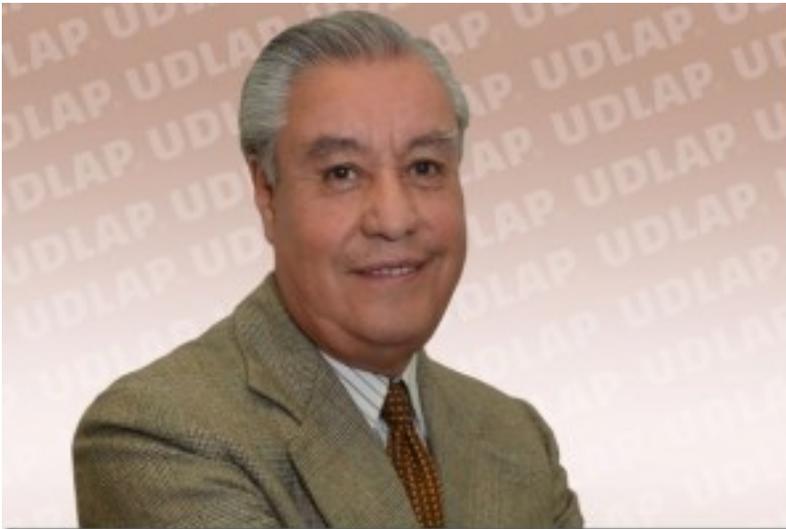
Un análisis de la percepción gerencial de su empleo

Raúl Valdez M. Ph.D.

Profesor Titular *Senior*

Departamento de Administración de Empresas

Escuela de Negocios y Economía



Desde hace más de dos décadas el *Revenue Management* se ha convertido en una de las herramientas más utilizadas para la gestión de la oferta y la demanda de muchas empresas que operan en el sector de los servicios, entre las cuales destacan la transportación aérea y la hotelería.

El empleo del *Revenue Management* surge en la industria de la aviación comercial hacia finales de la década de los años 70 y principios de los años 80 como una técnica para el manejo eficiente de una demanda fluctuante como lo es la demanda mundial de vuelos comerciales. Por ello, otros sectores de la industria turística, como el sector hotelero, fueron implantando y adaptando el empleo del *Revenue Management* a sus necesidades de ajuste entre la oferta y la demanda de sus productos y/o servicios.

En esencia, el *Revenue Management* aplicada a la administración hotelera consiste en un proceso de asignación del mejor tipo de servicios de hospedaje, al cliente, a un precio adecuado y en el momento justo. Desde la perspectiva del marketing de servicios, el consumidor finca su decisión de compra en el valor neto que espera recibir de un producto o

servicio en función del precio que está dispuesto a pagar por él. Así, antes de la puesta en práctica del *Revenue Management*, los directivos hoteleros que deseen utilizarlo deben asegurarse de que su empleo no afecte negativamente la percepción de los clientes y no provoque sentimientos de inequidad, de injusticia o de insatisfacción.

En este contexto, se realizó una investigación empírica para medir la percepción que tienen los funcionarios encargados de aplicar el *Revenue Management* en los hoteles, a fin de determinar si esta herramienta permite lograr mayores niveles de eficiencia operativa. El estudio se realizó analizando una muestra formada por ejecutivos de 520 hoteles de 4 y 5 estrellas que operan en México y otros países de América Latina, utilizando un instrumento de medición diseñado para este propósito.

Los resultados del estudio demostraron que el empleo del *Revenue Management* es percibido por los directivos de hoteles como una herramienta esencial para la administración de los negocios de hospedaje en los aspectos específicos del desempeño humano, la previsión de la demanda y la gestión financiera que les permite alcanzar.