

## **YIELD MANAGEMENT / REVENUE MANAGEMENT**

**M<sup>a</sup> Esther Chávez Miranda**  
**Antonio Ruiz Jiménez**  
**Miguel Ángel Domingo Carrillo**  
**Victoria E. Ruiz Orcaray**

Departamento de Economía Financiera y Dirección de Operaciones.  
Universidad de Sevilla

### **RESUMEN**

El *Yield Management* (YM) también denominado *Revenue Management* (RM), lo podemos definir como el conjunto de estrategias, técnicas, políticas, procedimientos y, en definitiva, filosofía de trabajo que permite asignar el producto correcto, al precio correcto y al cliente que solicita el servicio, en el momento en que se realiza la petición, de forma que se maximice el beneficio obtenido y/o ingreso.

Fue desarrollado por *American Airlines* como respuesta a la desregulación del tráfico aéreo en Estados Unidos a finales de los setenta (1970). Posteriormente, dadas las importantes ventajas económicas conseguidas por las empresas que lo han implantado (incrementos en la facturación 4-7%, incremento en RevPAR 4-12%) su aplicación se ha adaptado a numerosos sectores (empresas de alquiler de coches, hoteles, restauración, etc.).

En el equipo de investigación DOS (Dirección de Operaciones en Servicios y Turismo) se trabaja en el estudio de la aplicación y/o implantación del YM/RM en el sector hotelero desde 1998. Los resultados de la investigación realizada incluyen la realización de una tesis doctoral (Premio Extraordinario de Doctorado 04/05), numerosos artículos publicados en revistas, participaciones en congresos, capítulos de libros, etc. Las investigaciones actuales se dedican, en general, a la aplicación de la técnica en el sector hotelero y, en particular, al estudio del software de YM/RM.

### **1. INTRODUCCIÓN**

En este trabajo hacemos un breve recorrido por las investigaciones que actualmente se están desarrollando en la línea de investigación sobre *Yield Management/Revenue Management* (YM/RM) en el seno del equipo de investigación en Dirección de Operaciones de Servicios y Turismo (DOS). Previamente a la exposición de las mismas abordamos una serie de aspectos que constatan la importancia del tema de estudio tanto en el ámbito internacional como nacional y que, en definitiva, justifican la dedicación de recursos dentro de nuestro grupo de investigación al YM/RM. También recogemos la definición de la misión de la línea de investigación junto con los objetivos que marcarán las actividades que se desarrollarán a largo plazo.



## 2. TRATAMIENTO DEL YM/RM A NIVEL INTERNACIONAL

El YM/RM surge a finales de 1970 como respuesta a la liberalización de tarifas por parte de las aerolíneas en EEUU. A partir de entonces ha ido expandiendo su aplicación a numerosos sectores de actividad debido a los beneficios que proporcionan a las empresas en las que se aplica. Trabajos recientes hacen referencia a su aplicación en sectores como hoteles, restaurantes, hospitales, atracciones, cruceros, casinos, eventos deportivos, empresas fabricantes de bienes, alquiler de apartamentos, etc. (ver, por ejemplo, Chiang et al., 2007).

Sin embargo, si hacemos referencia a los sectores en los que se ha investigado a nivel académico utilizando como base las investigaciones previas realizadas en el equipo de investigación DOS, podemos concluir que la evolución es la que aparece recogida en la Figura 1, que resumimos a continuación:

- **Finales de los 80.** Aplicación del YM en el sector hotelero y otros (alquiler de coches, etc.).
- **Finales de los 90.** Aplicación del YM en restauración.
- **2000.** Aplicación en parques temáticos (servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento, sólo en 2002).

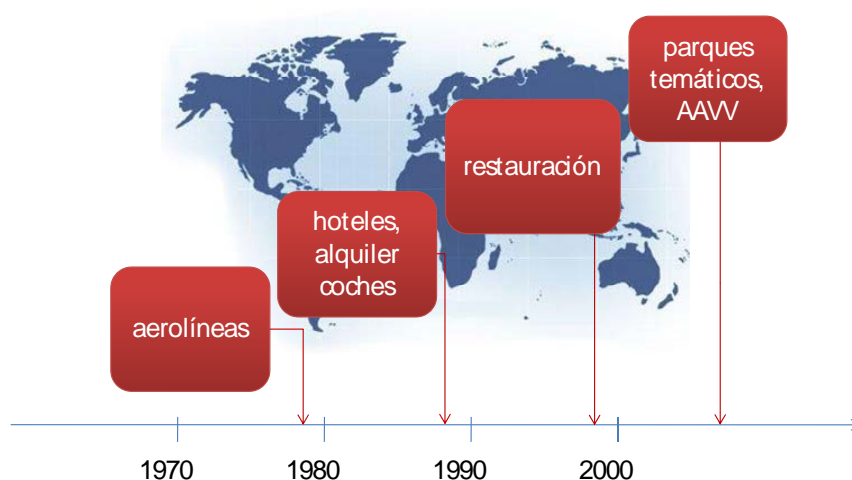


Figura 1: Evolución temporal de los sectores a los que se dedican las publicaciones sobre YM/RM tras analizar 4 revistas de turismo, 5 de hostelería y 18 de Gestión de Producción, todas ellas a nivel internacional (1996-2005).

Fuente: Elaboración propia.

En la investigación a la que hacemos referencia se analizaron los trabajos publicados sobre YM/RM en 4 revistas de Turismo y 5 de hostelería a nivel internacional durante el período de estudio 1996-2005 (véanse, Chávez Miranda, 2005 y Ruiz Jiménez et al., 2006). Posteriormente este estudio se ha ampliado a las revistas de Dirección de Operaciones (POM: Production and Operations Management) incluyendo el análisis un total de 18 publicaciones periódicas<sup>1</sup>. El número de trabajos publicados de

<sup>1</sup> Journal of Operations Management; Production and Operations Management; Management Science; Decision Sciences; Operations Research; IIE Transactions; Harvard Business Review; International

los distintos sectores de actividad se recogen de forma gráfica en la Figura 2. En ésta podemos observar que la mayoría de publicaciones se dedican al sector hotelero que concentra el 33% de los trabajos.

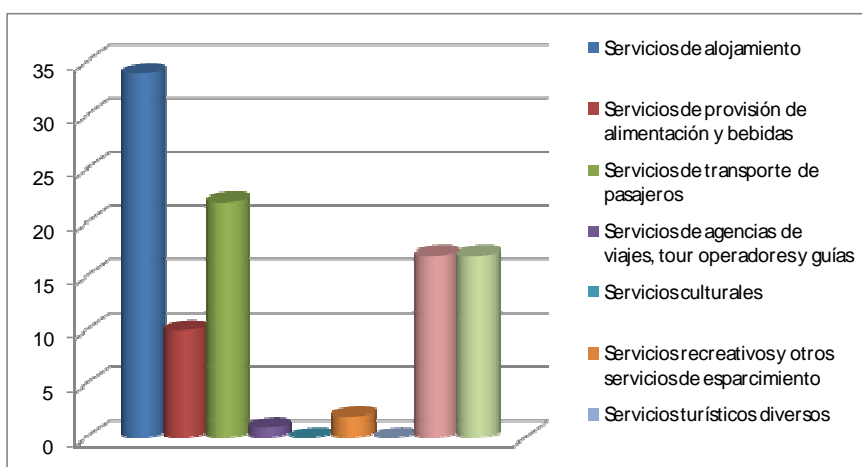


Figura 2: Evolución temporal de los sectores a los que se dedican las publicaciones sobre YM/RM tras analizar 4 revistas de turismo, 5 de hostelería y 18 de Gestión de Producción, todas ellas a nivel internacional (1996-2005).

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de investigaciones previas y en desarrollo.

Como se ha dicho con anterioridad la ampliación a nuevos sectores susceptibles de la aplicación del YM/RM se ha debido al incremento económico percibido por aquellas empresas que lo han implantado. Son numerosos los autores que aportan algunos datos sobre experiencias concretas en las que se ha contrastado el incremento del beneficio y/o ingreso derivado de la implantación del YM/RM (ver, por ejemplo, Smith et al., 1992; Cook, 1998; Lieberman, 1993; Cross, 1997). Sin embargo, hemos notado que, de un lado, el indicador utilizado puede variar de unos casos a otros (incremento de la facturación, en los beneficios, del RevPAR, en el sector hotelero), y, de otro, son muy pocos los estudios donde se analiza la evolución de los indicadores utilizados durante un período de tiempo en el caso de un sector concreto o para el caso de más de una empresa (Jones, 2000, podría ser la excepción). De esta forma, se pone de manifiesto, como ya se demostró en Chávez Miranda (2005)<sup>2</sup> en el caso concreto del sector hotelero, la falta de consenso a la hora de determinar los indicadores para medir los ingresos derivados de la aplicación del YM/RM.

Otros indicadores que demuestran la importancia del YM/RM en el ámbito internacional hacen referencia por ejemplo, al número de libros dedicados a la materia, revistas que difunden los resultados de investigación en YM/RM junto con congresos, jornadas o reuniones que vienen celebrándose desde hace más de una década, algunos de ellos, con periodicidad constante.

---

Journal of Production Research; Interfaces; International Journal of Operations & Production Management; Naval Research Logistics Quarterly; European Journal of Operational Research; Omega; Journal of the Operational Research Society; Academy of Management Journal; Computers and Operations Research; Academy of Management Review y IEEE Transactions on Engineering Management/Computer and Industrial Engineering.

<sup>2</sup> En la tesis se investiga la implantación del YM/RM en los hoteles de Sevilla y provincia y en concreto, en este apartado se hace referencia a los indicadores económicos utilizados por el hotel para medir los ingresos derivados de la aplicación del YM (ver p. 277 y siguientes).

Así, encontramos ya publicados numerosos libros a nivel internacional entre los que nos gustaría resaltar los siguientes:

- Cross (1998, “Revenue Management. Hard-core tactics for market domination”, Broadway Books, New York) por ser el primero en publicarse y por tratarse de un libro de referencia obligatoria.
- El estudio encargado por la Comisión Europea y realizado por Arthur Andersen (1997, *Yield Management in small and medium-sized enterprises in the tourism industry. General Report*. European Communities. Luxemburg) ofrece una panorámica sobre la aplicación del YM/RM en los distintos sub-sectores del sector turístico en los países de la, por entonces, Comunidad Europea.
- “Yield Management strategies for the service industries” (Ingold et al., 2000). Incluye trabajos de diversos autores<sup>3</sup> sobre distintos aspectos relacionados con la aplicación del YM/RM en varios sectores, constituyendo un manual de referencia tanto para académicos como para profesionales por la amplitud de los temas tratados y la diversidad de sectores incluidos. Esta obra se puede completar con la publicación de un libro de prácticas editado con posterioridad “Revenue Management and pricing: Case studies and applications” (2004, Thompson Learning, London).
- Talluri and van Ryzing (2004), nos ofrecen con gran nivel de detalle de forma clara y a la vez didáctica una revisión de las técnicas y herramientas a utilizar en cada uno de los denominados pilares básicos del YM. Aunque en la primera parte de la obra se centran en las utilizadas por las aerolíneas, los autores abordan la problemática de su aplicación en otros sectores.

En cuanto a las publicaciones periódicas, podemos decir, que la magnitud de las investigaciones realizadas ha propiciado la creación de revistas dedicadas a la difusión de trabajos sobre YM/RM, como *Journal of Revenue and Pricing Management* (editada desde 2002) e *International Journal of Revenue Management* (edita el primer número en 2007). Por otro lado, tomando como referencia el año 2007, son varios los congresos, jornadas y reuniones convocados anualmente como *XIX IATA Revenue Management and Pricing*, *AGIFORS Reservations and Yield Management Study Group Meeting*, *XIII PROS Annual Revenue Management Conference*, *Eye for Travel Revenue Management and Pricing Conference* y el *VII INFORMS Revenue Management and Pricing Section Annual Conference*.

### 3. TRATAMIENTO DEL YM/RM EN ESPAÑA

Los datos aportados en el apartado anterior nos permiten constatar la importancia dedicada al YM/RM a nivel internacional. Sin embargo, centrándonos en el caso de España en concreto la situación es bien distinta.

En el ámbito académico se ha comprobado la escasez de publicaciones en revistas a través de la realización de un estudio de los trabajos publicados en cuatro revistas de turismo y dos de hostelería<sup>4</sup> durante el período 1996-2003 (Ruiz Jiménez et

---

<sup>3</sup> La mayoría de ellos profesores e investigadores aunque también trabajos desarrollados o en los que participan profesionales de diversos sectores.

<sup>4</sup> *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*, y *Papers de Turisme*.



al., 2006). Tan sólo se localizaron 3 artículos sobre YM/RM: Santamaría (2002), Courtier (2000) y Fluvía i Font (2000). 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 (Chávez Miranda y Ruiz Jiménez, 2004)<sup>5</sup>.

Sin embargo, el primero de los trabajos sobre YM/RM publicado a nivel nacional data de 1994. Nos referimos a González Fernández y Sulé Alonso (1994, 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.

La mayoría de los artículos anotados anteriormente describen algunos aspectos teóricos relacionados con el YM/RM incluidos en publicaciones internacionales a excepción del trabajo de González Fernández y Sulé Alonso (1994, p. 65) que podríamos decir que es más completo y se hace referencia a su aplicación en España por las compañías RENFE e IBERIA.

Esta escasez de publicaciones contrasta con la difusión que parece tener a nivel empresarial, así, por ejemplo, centrándonos en el sector hotelero sevillano el 92% de los hoteles decían conocer el término YM y el 64% de los entrevistados aseguraba tenerlo implantado en el año 2003 (Chávez Miranda y Ruiz Jiménez, 2005).

No obstante, esperamos que los resultados de investigaciones realizadas con anterioridad (por ejemplo, las tesis doctorales de Guadix Martín, 2004 y Chávez Miranda, 2005) junto con el desarrollo de investigaciones actuales y futuras (véase, por ejemplo, González Serrano et al. 2004) incrementen el número de trabajos publicados a nivel nacional.

Por último añadir, en lo que a libros respecta, que en España, nos encontramos con una única publicación hasta el momento (a excepción de las tesis anotadas anteriormente) de Chávez Miranda y Ruiz Jiménez 2005 donde, además de analizarse algunos aspectos teóricos relacionados con el YM/RM, se exponen los resultados de una investigación empírica sobre el conocimiento, utilización de software, dificultades de aplicación e implantación (entre otros aspectos) en el caso concreto de los hoteles de Sevilla y provincia.

#### **4. MISIÓN Y OBJETIVOS DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

La línea de investigación *Yield/Revenue Management* (YM/RM) en el equipo de investigación en Dirección de Operaciones en Servicios y Turismo (DOS) se propone la misión de: “Desarrollar filosofías, métodos, técnicas, herramientas y procedimientos de YM/RM con rigor científico así como difundir los conocimientos científicos tanto en el ámbito académico como empresarial”.

El paso siguiente que nos planteamos una vez determinada la importancia y oportunidad que justificaran la dedicación de esfuerzos y recursos de nuestro grupo de

---

<sup>5</sup> 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.



investigación al estudio y difusión del YM, consistiría en la definición de los objetivos de la línea de investigación.

Los objetivos planteados se construyen sobre tres pilares básicos para cada uno de los cuales recogemos a continuación los propósitos planteados (véase Figura 3).

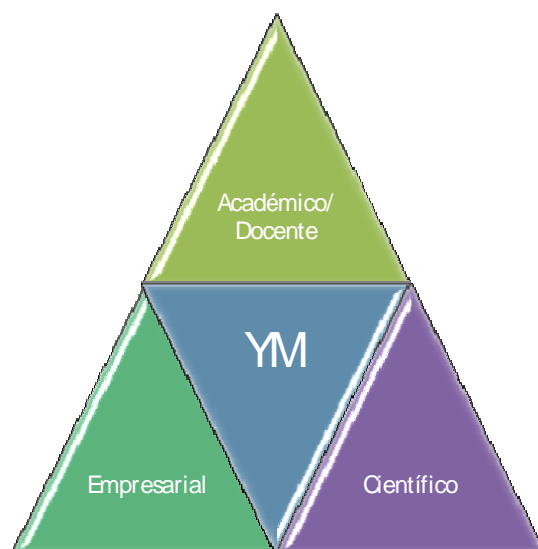


Figura 3: Objetivos de la línea de investigación YM/RM del Equipo de Investigación en Servicios y Turismo (DOS).

Fuente: Elaboración propia.

**Objetivo Académico/Docente.** Con este objetivo se pretende asegurar la formación del alumno en la aplicación de técnicas de gestión empresarial que contribuyan a la futura mejora de la competitividad de las empresas del sector. La enseñanza supondrá la transmisión de conocimientos teóricos (desarrollados o adquiridos mediante la investigación en el ámbito científico) y conocimientos prácticos (derivados de los estudios realizados sobre la aplicación práctica por los sectores empresariales) y/o participación en proyectos con empresas.

**Objetivo Científico.** Este objetivo está relacionado directamente con el desarrollo de investigación tanto básica como aplicada sobre YM/RM así como la difusión de los resultados obtenidos en el ámbito científico.

**Objetivo Empresarial.** Se pretende con este objetivo conocer cómo se está abordando el YM/RM por el sector empresarial con el propósito de proporcionar soluciones a las empresas para la mejora de su rentabilidad, de un lado, y la difusión de conocimientos prácticos en el ámbito académico/docente, de otro. Además nos proponemos como objetivo el fomento de la participación de las empresas en los proyectos de investigación con vistas a la reducción de las tradicionales diferencias existentes entre las prácticas de un sector y la formación del alumnado. Por último, también formará parte de este objetivo la difusión de conocimientos en el sector real.



## 5. LÍNEAS ACTUALES DE INVESTIGACIÓN SOBRE YM/RM EN EL GRUPO DOS

En el momento actual, las líneas actuales de desarrollo dedicadas a YM/RM en el Equipo DOS se dedican a aspectos relacionados con su implantación en el ámbito de la hostelería.

En concreto, se están desarrollando dos investigaciones (tesis doctorales) y se está diseñando una tercera:

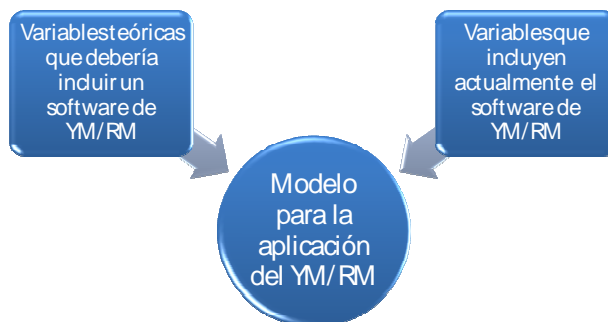
1. Las TICs en la aplicación del YM/RM. Estudio sobre software de YM para los hoteles.
2. YM/RM: Estudio de los pilares básicos e investigación empírica de su aplicación en el sector hotelero.
3. Creación de un modelo integrado de implantación YM/RM y un Sistema de Gestión de Calidad (SGC).

### Las TICs en la aplicación del YM/RM. Estudio sobre software de YM para los hoteles.

El desarrollo de investigaciones previas (Chávez Miranda, 2005; y Chávez Miranda y Ruiz Jiménez, 2005) nos permite afirmar que:

- ✓ El **64%** de los hoteles dice haber **implantado** el YM.
- ✓ El **25%** utiliza un **software** de YM.
- ✓ Las **barreras** para la aplicación del YM **disminuyen** cuando se utiliza un **software** de YM.
- ✓ Los hoteles que utilizan un **software** de YM disponen de una **guía** que les orienta para su implantación.

Las repercusiones que ha demostrado tener la utilización de un software para la implantación del YM/RM en el sector hotelero fue determinante a la hora de plantear esta investigación. Con ella se pretende, de un lado, desarrollar el marco teórico adecuado que permita la determinación de las variables que debería incluir un software de YM/RM (o RMS, Revenue Management System) y, de otro, evaluar cuáles de estas variables están incorporadas en los RMS. Por último, realizados los pasos anteriores se podrán comparar las variables con el propósito de elaborar un modelo completo para la aplicación de un RMS (ver Figura 4).



**Figura 4:** Objetivos de la investigación Las TICs en la aplicación del YM/RM.  
Fuente: Elaboración propia.



## YM/RM: Estudio de los pilares básicos e investigación empírica de su aplicación en el sector hotelero.

Investigaciones actuales sobre YM/RM (ver, por ejemplo, Kimes, 1989; Talluri y van Ryzing, 2004; Chiang, et al., 2007) clasifican las herramientas utilizadas para su implantación en base a los denominados pilares básicos de YM/RM, estos son: *Capacity control*, *Pricing*, *Auctions*, *Overbooking* y *Forecasting*. Con esta investigación se pretende profundizar en la implantación tanto desde el punto de vista teórico como práctico (se observa la realización de un estudio empírico). Para ello se analizarán las herramientas de YM/RM utilizadas en cada uno de los pilares básicos anteriormente anotados, centrándonos en el sector hotelero, para constatar el grado de implantación de dichas herramientas en la práctica.

Como puede observarse esta investigación amplía tanto el contenido como el ámbito de estudio de la desarrollada previamente en la Tesis Doctoral “Yield Management. Estudio de su aplicación en el sector hotelero” (Chávez Miranda, 2005; dirigida por el Prof. Dr. D. Antonio Ruiz Jiménez).

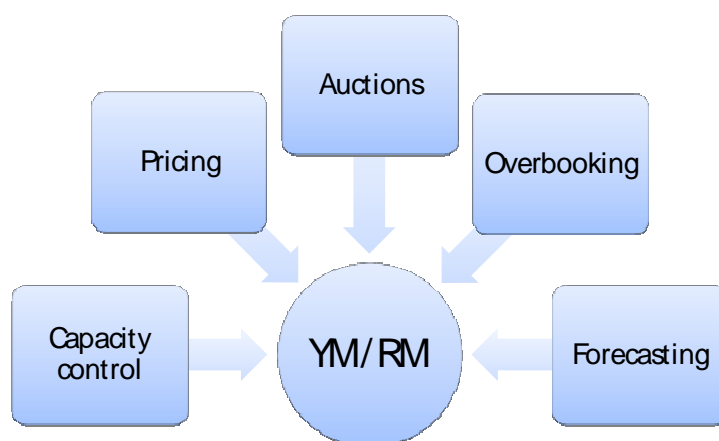


Figura 5: Pilares básicos del YM/RM.  
Fuente: Elaboración propia.

## Creación de un modelo integrado de implantación YM/RM y un Sistema de Gestión de Calidad (SGC).

Si nos centramos en el proceso de implantación, encontramos numerosas similitudes entre el YM/RM y un SGC (ver Figura 6). Por ejemplo, en ambos casos resulta de gran importancia el desarrollo de una cultura que permita obtener los máximos beneficios de su aplicación, la formación se erige como pilar básico no sólo para la difusión de conocimientos sino para el mantenimiento y consolidación de la filosofía de trabajo, los procesos de trabajo y procedimientos juegan un papel primordial para la consecución de los objetivos planteados a corto y medio plazo, etc.

Por otro lado, en nuestra opinión, la implantación de ambos sistemas de forma conjunta puede proporcionar a la empresa importantes sinergias. Así, en relación con el YM/RM son numerosos los trabajos (ver, por ejemplo, Kimes, 1994; Kimes, 2002; Kimes y Wirtz, 2002 y 2003; Choi y Mattila, 2005) en los que se hace referencia a la desconfianza, percibida por el consumidor, derivada de su aplicación, y que podría eliminarse o, al menos, reducirse con la implantación de un sistema de gestión de



calidad orientado al cliente; e incluso el establecimiento de prioridades a la hora de asignar las tarifas cuando se cotiza una oferta, se puede asegurar mediante la formalización de determinados procedimientos, por poner sólo algunos ejemplos.

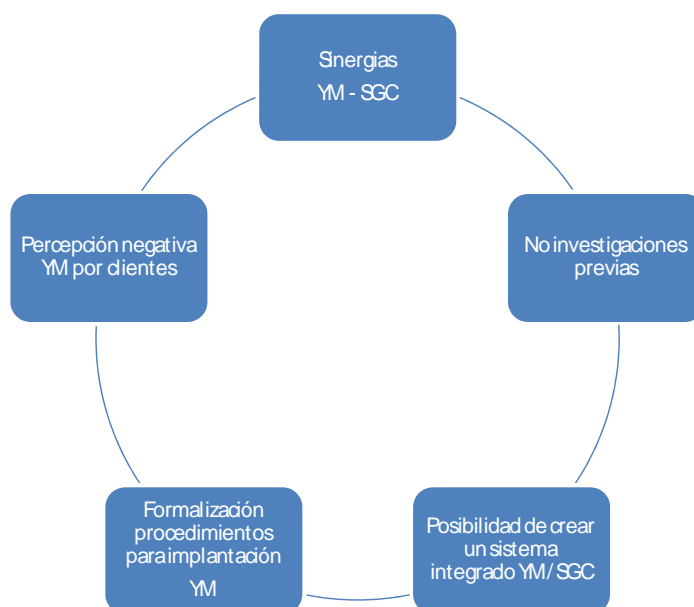


Figura 6: Justificación investigación YM/RM-SGC.  
Fuente: Elaboración propia.

Por todo lo dicho anteriormente, nos planteamos con esta investigación establecer un marco de correspondencia entre el YM/RM y un SGC con vistas a desarrollar un sistema integrado que conjugue ambas prácticas y que haga partícipe a la empresa de las ventajas tanto individuales como conjuntas de estos sistemas.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

Arthur Andersen (1997): “Yield Management in small and medium-sized enterprises in the tourism industry”. General Report. European Communities. Luxemburg.

Chávez Miranda, M.E. (2002): “Yield Management: Estudio Bibliográfico y Aspectos Básicos”. Trabajo de Investigación no publicado. Dirigido por el Dr. D. Antonio Ruiz Jiménez.

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. (2003): “Yield Management: Tratamiento en los Manuales de Dirección de Operaciones en Empresas de Servicios”. Aedem XVII Congreso Nacional, XIII Congreso Hispano-Francés. Burdeos, Francia.

Chávez Miranda, M.E. y Ruiz Jiménez, A. (2004): “Yield Management Research through the Analysis of Scientific Journals: Preliminary Results”. 2nd World Conference on POM and 15th Annual POM Conference. Cancún, México.

Chávez Miranda, M.E. y Ruiz Jiménez, A. (2005): “Marco Conceptual del Yield Management como Técnica de Gestión de la Capacidad y la Demanda en

Organizaciones de Servicios”. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa. Vol. 11, nº 5, pp. 143-163.

Chávez Miranda, M.E. y Ruiz Jiménez, A. (2005): *Yield Management en la Hotelería. Estudio de su Aplicación en Sevilla*. Ed. Ayuntamiento de Sevilla – Consorcio de Turismo de Sevilla.

Chiang, W.; Chen, J.C.H.; Xu, X. 2007. An overview of research on revenue management: current issues and future research. *International Journal of Revenue Management*, vol. 1, nº 1, pp. 97-128.

Choi, S., Mattila, A.S., 2005. Impact of information on customer fairness perceptions of hotel revenue management. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 46 (4), pp. 444-451.

Cook, T.M. (1998): “Sabre Soars”. *ORMS Today*. Vol.25. Nº.3, Pp. 26-35.

Courtier, D. (2000): “Revenue Management: una primera Introducción”. *Gestión en H: Cuadernos de Gestión y Dirección de Hoteles y Restaurantes*. Nº 1.

Cross, R.G. (1998): “Revenue Management. Hard-Core Tactics For Market Domination”. Broadway Books.

Fluviá i Font, M. (2000): “Yield Management i Política de Preus”. *Estudis de Turisme de Catalunya*. Nº 7.

González Fernández, A.M. y Sulé Alonso, M.A. (1994): “Expectativas de la Utilización del Yield Management en las Empresas Turísticas”. *Estudios Turísticos*. Nº 123, pp. 47-70.

González Serrano, L.; Talón Ballester, P.; Figueroa Domecq, C. (2004a): “La optimización en la Gestión en los Servicios Turísticos a través del Yield Management”. Turitec.

Guadix Martín, J. (2004). “Gestión de empresas de servicios con Yield Management. Aplicación al sector hotelero”. Tesis Doctoral. Dirigida por el Dr. D. Juan Carlos Larrañeta Astola.

Ingold, A., McMahon-Beattie, U. Yeoman, I. (eds.). (2000). *Yield Management: Strategies for the Service Industries*. Continuum, London.

Jones, P., 2000. Defining yield management and measuring its impact on hotel performance. In: *Yield management strategies for the service industries*. 2nd Edition. Ingold, A., McMahon-Beattie, U. Yeoman, I. (eds.). Continuum, London.

Kimes, S.E. (1989). Yield management: a tool for capacity-constrained service firms. *Journal of Operations Management*, vol. 8, nº 4, pp. 348-411.

Kimes, S.E. (1994): "Perceived Fairness of Yield Management". *Cornell Hotel And Restaurant Administration Quarterly*. Vol.35. Nº.1, Pp. 22-29.

Kimes, S.E., 2002. Perceived fairness of yield management. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 43 (1), pp. 21-30.



- Kimes, S.E., Wirtz, J., 2002. Perceived fairness of demand-based pricing for restaurants. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 43 (1), pp. 31-37.
- Kimes, S.E.; Wirtz, J. (2003): "Perceived Fairness of Revenue Management in the US Golf Industry". *Journal of Revenue and Pricing Management*. Vol. 1, nº 4, pp. 332-344.
- Lieberman, W.H. (1993): "Debunking the Myths of Yield Management". *Cornell Hotel And Restaurant Administration Quarterly*. Vol.34. Nº.1, Pp. 34-41.
- Ruiz Jiménez, A.; Chávez Miranda, M.E.; Arias Martín, C. (2006): "Estado de la Investigación de las Publicaciones sobre Yield Management en Revistas de Turismo y Hostelería". *Papers de Turisme*. Nº 40, pp. 7-30.
- 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*. Nº 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*. Vol.22. Nº.1, Pp. 8-31.
- Talluri, K. T. y van Ryzing, G. J., 2004. *The theory and practice of revenue management*. Springer. New York.
- Yeoman, I. (ed.). (2004): "Revenue Management and pricing: Case studies and applications". Thompson Learning. London.

