



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
Fundació URV

Revenue Management - Nivel avanzado

Ficha Técnica

Dirigido a:

Profesionales que ya han realizado una formación inicial en Revenue Management y que desean avanzar hacia una aplicación más analítica, estratégica y tecnológica de la disciplina. El programa se orienta a consolidar la capacidad de toma de decisiones basada en datos, incorporando también herramientas de automatización, inteligencia artificial y nuevas formas de optimización de ingresos.

- Jefes de recepción
- Responsables de reservas
- Comerciales
- Directores de hoteles, campings y apartamentos turísticos
- Estudiantes de turismo

Criterios de selección:

Currículum Vitae

Código:

CREVMA2TG-A1-2027-1

Título al que da derecho:

Certificado de aprovechamiento

Objetivos:

- Analizar de manera avanzada el producto o servicio turístico, identificando su propuesta de valor, el posicionamiento de marca, el potencial de monetización y las oportunidades de optimización comercial.
- Desarrollar una visión integral de Total Revenue Management, aplicando estrategias de upselling, cross-selling y optimización de ingresos en las distintas unidades de negocio, con criterios de rentabilidad global.
- Evaluar la contribución económica de los diferentes segmentos de clientes, considerando su comportamiento de compra, sensibilidad al precio, valor potencial, rentabilidad e impacto sobre la ocupación y los ingresos totales.
- Aplicar técnicas avanzadas de previsión de la demanda, mediante el análisis de patrones de reserva, antelación de compra, curvas de demanda, pick-up, cancelaciones, no-shows, overbooking y gestión de grupos.
- Diseñar estrategias complejas de precios variables y dinámicos, integrando criterios de demanda, elasticidad, inventario disponible, contribución tarifaria, paridad, posicionamiento competitivo y rentabilidad por canal.
- Interpretar de forma crítica el entorno competitivo, incorporando herramientas de benchmarking, análisis de cuota de mercado, índices de penetración, posicionamiento relativo y estrategias de respuesta ante cambios del mercado.
- Optimizar el mix de distribución a partir del análisis de la rentabilidad neta de cada canal, el coste de intermediación, la dependencia de terceros, el papel de los metabuscadores y el desarrollo de la venta directa.
- Diseñar estrategias orientadas al control del cliente, la recurrencia, la fidelización y la reducción de la dependencia de los canales intermediarios, integrando criterios de

valor de vida del cliente y rentabilidad relacional.

- Utilizar datos, informes, cuadros de mando y herramientas de business intelligence para diagnosticar el rendimiento comercial, anticipar escenarios y fundamentar decisiones estratégicas en Revenue Management.
- Formular recomendaciones profesionales basadas en datos para mejorar los procesos de venta, distribución, precios, segmentación, previsión de demanda y planificación comercial.
- Evaluar el impacto de las decisiones de Revenue Management sobre la rentabilidad, la competitividad, el posicionamiento de marca, la satisfacción del cliente y la sostenibilidad comercial de la organización.
- Liderar procesos de mejora y transformación en la gestión de ingresos, incorporando una visión estratégica, transversal y orientada a resultados.

Cursos asociados:

- [Revenue management](#)

Coordinación académica:

[Lourdes Bujalance López](#)

Docentes:

Víctor Cabrera Durán

Sandra Cuspinera Soplon

Alejandro García Moreno

[Marta Varela Pelegrí](#)

Duración:

30 h

Impartición:

presencial

Fechas:

del 21/01/2027 al 18/02/2027

Horario:

Clases presenciales los jueves de 17 a 20 h.

Ubicación:

Facultad de Turismo y Geografía

C/ de Joanot Martorell, 15 - Vila-seca

Precio:

475

Becas y facilidades de pago:

- **Bonificación:** Para las personas que se inscriban **a través de entidad**, este programa puede ser bonificado a través de la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo (FUNDAE). Más información en [Bonificación FUNDAE](#).
- **Beca Santander:** Para las personas que se inscriban **a título personal**, este curso podría

ser elegible para las [becas Santander](#), aunque habrá que esperar a la publicación de la próxima convocatoria para confirmarlo. Te recomendamos consultar periódicamente la página web para posibles actualizaciones: [Becas Santander](#). Al hacer la inscripción deberás escoger “beca Santander” como fraccionamiento de pago y te avisaremos si sale becado. En caso de que se te conceda la beca, no tendrás que hacer ningún otro pago, en caso de que finalmente no dispongas de beca, te enviaremos la información para que puedas hacer el pago del segundo fraccionamiento.

Contacto FURV:

Laura Castellà - laura.castella@fundacio.urv.cat

Teléfono de contacto:

977 779960

Programa

Módulo: Revenue Management Avançat 2026

Duración: 30 h.

Idiomas: Catalán - Castellano

Contenido:

Horas Presenciales: 18

Horas No Presenciales: 12

1. Forecasting y análisis avanzado de la demanda

- Revisión avanzada del forecasting en entornos turísticos.
- Análisis de patrones de demanda y comportamiento de reserva.
- Antelación de compra, pick-up y curva de demanda.
- Forecast por segmento, canal y tipología de cliente.
- Cancelaciones, no-shows y gestión de la incertidumbre.
- Construcción de escenarios de demanda.
- Errores más frecuentes en la previsión.
- Introducción al forecasting con soporte de herramientas tecnológicas.

2. Pricing dinámico y optimización tarifaria

- Evolución del pricing en Revenue Management.
- Precios dinámicos y variables.
- Pricing en función de la demanda, la competencia y el canal.
- Automatización de reglas tarifarias.
- Interpretación estratégica de decisiones de precio.

3. Total Revenue Management

- Del Revenue Management tradicional al Total Revenue.
- Integración de ingresos de diferentes áreas del negocio.
- Estrategias de upselling y cross-selling.
- Monetización de servicios complementarios.
- Rentabilidad por producto, cliente y unidad de negocio.
- Diseño de propuestas de valor de mayor contribución.
- Indicadores clave de Total Revenue.
- Aplicación práctica en empresas turísticas y de servicios.

4. Distribución, venta directa y rentabilidad por canal

- Costes de distribución y rentabilidad por canal.
- Dependencia de intermediarios y pérdida de control del cliente.
- Papel de las OTA, GDS y metabuscadores.
- Optimización del mix de distribución.
- Estrategias de impulso de la venta directa.
- Relación entre distribución, fidelización y rentabilidad.

5. Business Intelligence, cuadros de mando y automatización del reporting

- Cultura del dato aplicada al Revenue Management.
- Principales KPI de seguimiento y control.
- Análisis de indicadores comerciales y de rentabilidad.
- Diseño de cuadros de mando operativos y directivos.
- Visualización de datos para la toma de decisiones.
- Automatización de informes y reportings periódicos.
- Alertas y seguimiento de desviaciones.
- Uso de herramientas digitales para mejorar el control del negocio.

6. Intel·ligència artificial, automatització i agents virtuals aplicats al Revenue Management

- Introducción a la inteligencia artificial aplicada al sector turístico.
- Casos de uso de la IA en forecasting, pricing y reporting.
- IA generativa como apoyo al análisis y a la toma de decisiones.
- Automatización de tareas repetitivas en Revenue Management.
- Diseño de procesos automatizados.
- Introducción a agentes virtuales para tareas de soporte:
 - análisis de la demanda;
 - recomendación tarifaria;
 - generación de informes;
 - seguimiento comercial.
- Riesgos, límites y supervisión humana en el uso de la IA.

Fundación URV. Centro de Formación Permanente
Av Onze de Setembre, 112. 43203 REUS
(+34) 977 779 950
formacio@fundacio.urv.cat

www.fundacio.urv.cat/formacio
[Linkedin](#) | [Twitter](#) | [Facebook](#) | [Instagram](#)