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-A1-2O27-1

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 Garcia Moreno
Marta Varela Pelegrí

Duración:
30 h

Impartición:
presencial

Fechas:
del 28/01/2027 al 25/02/2027

Horario:
Clases presenciales los jueves de 17 a 20 h.

Ubicación:
Facultad de Turismo y Geografia
C/ de Joanot Martorell, 15 - Vila-seca

Precio:
475

Contacto FURV:
Laura Castellà - laura.castella@fundacio.urv.cat

Teléfono de contacto:
Gestión Académica - Laura Castellà: laura.castella@fundacio.urv.cat - 977 77 99 60
Coordinación Académica- Lourdes Bujalance: lourdes.bujalance@urv.cat - 629728622

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. Inteligencia artificial, automatización y agentes virtuales aplicados 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