Programa Ejecutivo en

GERENCIAMIENTO DE EQUIPOS COMERCIALES



INTRODUCCIÓN

Los equipos comerciales trabajan hoy frente a clientes más informados, ciclos de venta más complejos y una multiplicación de canales que exige coordinación y velocidad. En este contexto, el rol del gerente comercial dejó de ser el del «mejor vendedor» que supervisa a otros para convertirse en el de un líder que diseña la estructura del equipo, gestiona con datos, desarrolla talento y toma decisiones basadas en información.

El curso actualiza la gestión comercial integrando estrategia, métricas e inteligencia artificial con las capacidades de liderazgo necesarias para organizar, motivar y acompañar al equipo de ventas. A lo largo de ocho encuentros prácticos, los participantes trabajarán con herramientas concretas —modelos de territorios y cuotas, rutinas de coaching, esquemas de incentivos, tableros de KPIs, forecast y uso de CRM e IA— que podrán aplicar de inmediato para mejorar la ejecución comercial de sus organizaciones.

CARACTERÍSTICAS

- Modalidad online sincrónica, con clases en vivo por plataforma Zoom.
- Duración total de 24 horas, distribuidas en 8 encuentros semanales de 3 horas.
- Enfoque práctico: cada encuentro combina conceptos, casos reales de empresas de la región y ejercicios aplicados.
- Entrega de plantillas y herramientas de uso inmediato: diseño de territorios y cuotas, plan de onboarding 30-60-90, guía de coaching, tablero de KPIs y agenda de reuniones comerciales.
- Incorporación transversal de CRM e inteligencia artificial como apoyo a la gestión diaria del equipo.
- Trabajo final integrador: elaboración de un plan de gestión del equipo comercial propio.

OBJETIVOS

Al finalizar el curso, se espera que los participantes sean capaces de:

- Comprender el rol, las responsabilidades y las competencias del gerente comercial actual.
- Diseñar la estructura de la fuerza de ventas, los territorios y las cuotas en coherencia con la estrategia de la empresa.
- Implementar procesos efectivos de selección, onboarding y desarrollo de vendedores.
- Aplicar un modelo de coaching comercial y de seguimiento del desempeño.
- Diseñar esquemas de incentivos y motivación que alineen la conducta del equipo con los objetivos.
- Gestionar el pipeline, el forecast y los KPIs comerciales para anticipar resultados y corregir desvíos.
- Conducir reuniones comerciales productivas, basadas en datos y orientadas a la acción.
- Incorporar el CRM y la inteligencia artificial a la gestión cotidiana del equipo de ventas.

DESTINATARIOS

PERFIL PROFESIONAL

Gerentes y jefes comerciales, responsables de ventas y dueños de pymes. En particular:

- Gerentes, jefes y supervisores de ventas que conducen equipos comerciales.
- Responsables de canales, sucursales o unidades de negocio con objetivos de venta.
- Dueños y directivos de pymes que lideran personalmente el área comercial.
- Vendedores y ejecutivos de cuenta que asumirán próximamente la conducción de un equipo.

PROGRAMA ACADÉMICO

MÓDULO 1

El rol del gerente comercial moderno

- De vendedor estrella a líder de equipo: funciones, responsabilidades y competencias clave.
- El nuevo contexto comercial: cliente digital, venta consultiva y omnicanalidad.
- Estilos de liderazgo comercial y gestión del cambio en el equipo.
- La agenda del gerente: equilibrio entre tiempo estratégico y tiempo operativo.

MÓDULO 2

Estructura de la fuerza de ventas, territorios y cuotas

- Modelos de organización comercial: geográfica, por producto, por tipo de cliente y por canal.
- Dimensionamiento del equipo y definición de roles: hunter, farmer, inside sales y key account manager.
- Diseño y balanceo de territorios y carteras de clientes.
- Fijación de cuotas: métodos, criterios de equidad y alineación con los objetivos del negocio.

MÓDULO 3

Selección y onboarding de vendedores

- Definición del perfil del vendedor según el tipo de venta y las competencias requeridas.
- Proceso de reclutamiento, entrevistas por competencias y pruebas situacionales.
- Diseño de un plan de onboarding 30-60-90 días.
- El playbook comercial como herramienta de integración y estandarización.

MÓDULO 4

Coaching comercial y seguimiento

- Diferencias entre supervisar, capacitar y hacer coaching.
- Modelo de coaching comercial: observación, feedback y plan de acción.
- Acompañamiento en campo y revisión de oportunidades clave.
- Gestión del desempeño, planes de mejora y conversaciones difíciles.

MÓDULO 5

Incentivos y motivación

- Factores de motivación en los equipos comerciales.
- Diseño de planes de compensación variable: relación fijo/variable, comisiones, bonos y aceleradores.
- Incentivos no monetarios, reconocimiento y concursos de ventas.
- Errores frecuentes y efectos no deseados de los sistemas de incentivos.

MÓDULO 6

Forecast, pipeline y KPIs comerciales

- El proceso comercial y las etapas del embudo de ventas.
- Gestión del pipeline: cobertura, velocidad y tasas de conversión.
- Métodos de forecast y mejora de la precisión del pronóstico.
- KPIs de actividad, de resultado y de rentabilidad; diseño del tablero comercial.

MÓDULO 7

Reuniones comerciales efectivas

- Tipos de reuniones: individuales (one-on-one), de pipeline, de equipo y de revisión de resultados.
- Diseño de agenda, frecuencia, duración y roles.
- Reuniones basadas en datos y orientadas a compromisos de acción.
- Seguimiento de acuerdos y cultura de responsabilidad.

MÓDULO 8

IA y CRM para la gestión de equipos

- El CRM como sistema de gestión del equipo y fuente única de información comercial.
- Estrategias para lograr la adopción del CRM por parte de los vendedores.
- Aplicaciones de la IA: priorización y scoring de oportunidades, análisis de conversaciones, forecast predictivo y asistentes virtuales.
- IA generativa como herramienta de productividad para el gerente comercial.
- Presentación y devolución de los trabajos finales integradores.

DIRECCIÓN ACADÉMICA Y CUERPO DOCENTE

Hugo Brunetta · Coordinador académico

Lic. en Administración. Magister en Administración Estratégica. Consultor, docente, conferencista y autor con más de 30 años de experiencia en estrategia comercial, marketing, CRM, Customer & Employee Experience e inteligencia artificial aplicada a los negocios. CEO de 6 Sentidos, líder de NEXTING Iberoamérica y Presidente de Buenos Aires Business School (BABS). Fundador de la Asociación Argentina de CRM y de la Sociedad Iberoamericana de CRM. Dirige programas ejecutivos en universidades de Argentina, España, Chile, Uruguay, Guatemala y Estados Unidos, y es docente de la Universidad de Belgrano desde 2005. Asesoró a más de 300 organizaciones y dictó más de 500 conferencias. Autor de 12 libros, entre ellos «CRM: la guía definitiva», «OKRs y Métricas de Negocios» e «Innovar o desaparecer: el mercado asegurador hacia el 2030», "La experiencia del cliente"

Claudio Fontana

Licenciado en Psicología. Speaker, Conferencista y Coach Internacional. CEO y Founder en Claudio Fontana Consulting y Clever People. Es experto en Negociación, Motivación, Comunicación Humana, Liderazgo, Conducción de Equipos y Mejora de Procesos Relacionales. Director académico en programas de desarrollo empresarial, además de Director del Posgrado en Management de la Escuela Sistémica Argentina, Director Académico en diferentes programas de la Universidad de Belgrano, Universidad de Empresas (Uruguay) Director General de Sudamérica Business School y Profesor adjunto en Panamerican University (USA), entre otras casas de estudios empresariales Es autor de los Libros "Los Vendedores son Hombres de palabra", "Liderazgo Disruptivo" y "Lidernnials", "Superlíderes", y "OKRs y Métricas de Negocio" en coautoría con Hugo Brunetta

**Los módulos podrán ser dictados por uno o varios de los docentes mencionados, sin un orden específico.*
La Universidad se reserva el derecho de modificar el cuerpo docente según lo considere necesario.

CONSIDERACIONES GENERALES

FECHAS, MODALIDAD, APROBACIÓN Y CERTIFICACIÓN

Inicia	Finaliza	Cursada	Duración
4 de mayo de 2027	13 de julio de 2027	Martes de 18:30 a 21:30 h.	30 horas

Modalidad

Clases online y sincrónicas, por la plataforma ZOOM.

Aprobación

Los requisitos para la aprobación son los siguientes:

- Asistencia mínima: 75 % de las clases.
- Aprobación de los trabajos prácticos en la cursada.
- Aprobación de un trabajo final integrador.

Proceso de Admisión

- Ficha de inscripción.
- Copia del documento de identidad.

Calendario

- El calendario académico puede variar en caso de coincidir con algún feriado.

Metodología

El curso se desarrolla en modalidad online sincrónica a través de la plataforma Zoom. Cada encuentro combina breves exposiciones conceptuales con el análisis de casos reales, ejercicios prácticos individuales y grupales, y demostraciones de herramientas de CRM e inteligencia artificial.
Los participantes aplican los contenidos a la realidad de su propio equipo comercial y, a lo largo de la cursada, construyen de manera progresiva un plan de gestión del equipo que se presenta como trabajo final integrador.

Material Didáctico

Presentaciones de cada encuentro, plantillas de trabajo (territorios y cuotas, plan de onboarding 30-60-90, guía de coaching, tablero de KPIs y agenda de reuniones), casos de estudio y lecturas complementarias, disponibles en formato digital para los participantes.

CERTIFICACIÓN

La Universidad de Belgrano extenderá el respectivo certificado de aprobación, a quienes cumplan con las evaluaciones y/o trabajos finales. Caso contrario solo se emitirá un certificado de asistencia.

**Los certificados correspondientes serán emitidos en formato digital, previa verificación de la asistencia, la aprobación y el pago total de la capacitación.*

**Todos nuestros programas requieren un cupo mínimo de alumnos matriculados para su apertura. La Universidad se reserva el derecho de posponer o cancelar el inicio de la actividad si no se alcanza el número mínimo de inscripciones al cierre del período de matriculación.*

Educación Continua
y Formación Ejecutiva

011-2273-2893

educacion_continua.ub

DECFE.UB

educacion.continua@ub.edu.ar