



UNIVERSIDAD  
**ICESI**

TU FUTURO A OTRO NIVEL

# DIPLOMADO GERENCIA ESTRATÉGICA DE VENTAS

Modalidad online en vivo



## Descripción

La gerencia de ventas es una de las principales protagonistas en el logro de resultados de la organización. Sobre ella coexisten no solo el logro de los indicadores más importantes del negocio, sino también la sostenibilidad presente y futura de la empresa.

El diplomado en **Gerencia Estratégica de Ventas** es un programa intensivo, dinámico y de alto nivel que va más allá de los conceptos básicos y tradicionales en ventas, donde los asistentes tendrán la oportunidad de conocer los conceptos y estrategias más novedosas para construir **negocios rentables y sostenibles**, seleccionar el mejor equipo de ventas y analizar desde una perspectiva financiera su negocio.

## Objetivo general

Consolidar una gerencia comercial que lidere equipos, construye estrategias ganadoras y resultados de largo plazo y asegura los indicadores que generan tranquilidad y confianza en los dueños del negocio o en sus accionistas.

## Estarás en capacidad de



Comprender los conceptos más importantes del mercadeo actual para traducir la estrategia de mercadeo en resultados perdurables para el negocio.



Identificar los elementos clave para contratar los mejores vendedores, construir una estrategia de entrenamiento, definir planes de incentivos y desarrollar su fuerza de ventas.



Conocer e interpretar el lenguaje de las finanzas en el terreno comercial para desarrollar estrategias y políticas comerciales que respeten la rentabilidad del negocio y los indicadores que son pilares para la sostenibilidad de la organización.



Analizar la situación actual del mercado desde una perspectiva macroeconómica que permita crear estrategias para superar los desafíos de una economía compleja.



Desarrollar un modelo de gerencia comercial maduro, capaz de analizar el tamaño del equipo comercial, el comportamiento de las ventas y la planeación de la demanda (forecast), para satisfacer las necesidades del mercado y el negocio.



Consolidar una estrategia de servicio al cliente con resultados excepcionales para el negocio y que cultive la relación con los clientes leales a la organización.



Desarrollar un modelo de negociación y de técnicas de ventas que sea parte esencial de la cultura de trabajo de la fuerza de ventas y que favorezca la construcción de negocios rentables y sostenibles en el marco de la ética y las buenas prácticas comerciales.



# Contenido

El programa se ha desarrollado desde una perspectiva gerencial que reta las capacidades del estudiante para resolver problemas en el contexto real del negocio y que preparen al estudiante para la solución de conflictos en el equipo, la planeación y ejecución de negociaciones con clientes difíciles, el logro de indicadores que superen los estándares del negocio y la consolidación de la estrategia comercial en el largo plazo.

<p><b>Módulo 1</b></p>	<p><b>GERENCIAR ESTRATÉGICAMENTE</b></p> <p>Sesión 1. Fundamentos de mercadeo (12 horas)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las variables del proceso de marketing que impactan el proceso comercial.</li> <li>• Los elementos clave del Marketing Digital.</li> <li>• Cómo medir la gestión del marketing.</li> <li>• El plan de mercadeo.</li> <li>• Canales de distribución.</li> </ul> <p>Sesión 2. Estrategia y estructura comercial (15 horas)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar del Modelo de Negocio para garantizar el logro de los objetivos comerciales.</li> <li>• Definición del presupuesto de ventas (valores y unidades).</li> <li>• Dimensionamiento de la fuerza de ventas: ¿Cuántos vendedores necesito?</li> <li>• Definición y alcance de las políticas comerciales.</li> </ul> <p>Sesión 3. Blindar los Negocios (6 horas)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conceptos fundamentales del derecho comercial (contratos, sociedades, pólizas, títulos, valor).</li> <li>• Proteger los intereses de la organización en un contrato comercial.</li> <li>• El derecho de la competencia y la propiedad intelectual.</li> <li>• Acciones clave para hacer negocios en un entorno digital (e-commerce).</li> </ul>
<p><b>Módulo 2</b></p>	<p><b>LIDERAR, DESARROLLAR Y MOTIVAR AL EQUIPO COMERCIAL</b></p> <p>Sesión 4. El Gerente de Ventas como Coach (12 horas)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coaching comercial: Desarrollar el potencial del equipo y disparar las ventas.</li> <li>• Como medir la productividad del equipo (competencias, indicadores, objetivos).</li> <li>• Coaching de campo: técnicas, formatos de seguimiento y planes de mejora.</li> <li>• Modelos de entrenamiento y desarrollo de la fuerza de ventas.</li> <li>• Identificar el talento comercial en la entrevista de selección.</li> </ul> <p>Sesión 5. Diseño de planes de comisiones e incentivos (6 horas)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuota de ventas y plan de incentivos.</li> <li>• Definir los indicadores para pagar comisiones.</li> <li>• Modelos para el pago de comisiones para motivar a los vendedores.</li> <li>• Planes de beneficios.</li> </ul>
<p><b>Módulo 3</b></p>	<p><b>COMPETENCIAS Y PROCESOS TRANSVERSALES FUNDAMENTALES EN LA GERENCIA ESTRATÉGICA DE VENTAS</b></p> <p>Sesión 6. Finanzas que impactan el ejercicio comercial (15 horas)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los números que debe conocer y dominar el gerente de ventas.</li> <li>• Las finanzas y la estrategia comercial.</li> <li>• Indicadores financieros clave para la Gerencia de Ventas (costo de inventario, rotación de inventario, rentabilidad, utilidad, flujo de caja).</li> <li>• Apalancamiento operativo y financiero.</li> <li>• Interpretación de los estados financieros para la toma acertada de decisiones.</li> <li>• ¿Qué tanto afecta la salud de mi negocio, los descuentos, las promociones y los rebates?</li> </ul> <p>Sesión 7. Gerencia del Servicio Excepcional (12 horas)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo e Implementación de un Protocolo de Servicio al Cliente (SAC).</li> <li>• Generación de valor a través del servicio.</li> <li>• Cómo orientar el mensaje de servicio.</li> <li>• Técnicas de comunicación para la modificación de hábitos y conductas de clientes difíciles.</li> <li>• Modelos para medir el impacto del servicio in situ.</li> <li>• Estrategias para orientar y fomentar una cultura de servicio al cliente: Clienting, CRM y CEM.</li> </ul> <p>Sesión 8. Técnicas Avanzadas de Ventas y Negociación (15 horas)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundamento de las técnicas de ventas: De la planeación al cierre.</li> <li>• Técnicas de negociación en contextos difíciles.</li> <li>• Técnicas de comunicación persuasiva: tipologías de clientes.</li> <li>• Técnicas para asegurar el cierre: Cuando cooperar y cuando competir.</li> <li>• Abordar la negociación donde todo es "precio".</li> <li>• Modelos de negociación y puesta en práctica.</li> </ul>

# Certificado

La certificación de participación será emitida con **mínimo el 80% de participación** en el programa.

## Docentes

### **Juan Manuel González Sánchez**

**Docente de mercadeo de servicios y experiencia del cliente.**

Profesor experimentado con una historia demostrada de trabajo en la educación superior como director de pregrado. Sólidas y reconocidas habilidades profesionales en gestión educativa, gestión de mercadeo, experiencia del cliente y mercadeo de servicios, entre otros. Amplio conocimiento en calidad y mejora continua en entornos educativos de pregrado y posgrado, con especial énfasis en la gestión curricular y aseguramiento del aprendizaje.

### **Rafael Vicente Ortiz Zapata**

**Psicólogo especialista en modelos de negociación**

Psicólogo con más de 22 años de experiencia en el área comercial y se ha especializado en el estudio y desarrollo de modelos de negociación que generen valor para el largo plazo, cuenta con un Postgrado en Management y se desempeñó por más de 15 años como Gerente de Entrenamiento para el área Comercial diferentes organizaciones difundiendo sus programas de entrenamiento, formación y desarrollo en diferentes países de LATAM.

### **Carlos Mario Arango Salas**

**Ingeniero industrial y MBA con concentración en Finanzas**

Con amplia experiencia en temas relacionados con banca de inversión (estructuración financiera de proyectos, valoración de compañías, fusiones y adquisiciones, evaluación financiera de proyectos), consecución de negocios, y consultoría financiera para distintos sectores de la industria local y extranjera. Además, asesorando entidades públicas, privadas y multilaterales, también como perito de parte en diferentes tribunales de arbitramento.

### **Carlos Alberto Botero Roldán**

**Mg, Especialista en Mercados**

Administrador de Empresas de profesión. Ha profundizado sus conocimientos en la investigación de los mercados y la Cultura de Servicio con la creación del programa ASES (atención y servicios excepcionales). Ha participado como jurado evaluador de proyectos de base tecnológica para Colciencias, Director de Mercadeo y Publicidad, investigador de mercados para Spinoffs y consultor empresarial.

### **Dr. Juan Fernando Arenas**

**Director del programa en Derecho - Universidad Icesi**

Abogado, especialista en derecho empresarial y magister en Derecho de la Universidad Icesi, así como también especialista en propiedad industrial, derechos de autor y nuevas tecnologías de la Universidad Externado de Colombia. Previamente, fue profesor hora cátedra de la institución y también se desempeñó por nueve años en el sector privado en labores relacionadas con derecho empresarial, propiedad intelectual, Legaltech, datos personales y asistencia jurídica a emprendimientos digitales.

### **Arlex Ballesteros**

**Master en Psicología del Consumidor**

Certificado en Comportamiento Neuro ventas. Experiencia práctica en dirección de equipos de ventas en diferentes organizaciones. Ha desarrollado proyectos para apalancar la estrategia de expansión de grandes compañías desarrollando planes comerciales que han contribuido exitosamente al incremento de la lealtad de clientes que generan ingresos rentables y sostenibles para el negocio, así como la implementación de alianzas y convenios con miras al crecimiento corporativo.





## Metodología

El programa se desarrollará bajo la modalidad de metodología activa, donde se les entregará a los participantes el material de estudio para que en clase se desarrollen ejercicios prácticos con ejemplos extraídos de situaciones del día a día de la empresa que simulan una situación real; también, se hará análisis de casos, talleres, discusión y aplicación de temas relacionados con el desarrollo personal y presentaciones breves de tipo magistral, bajo la coordinación del docente y la participación activa de los asistentes.

Los materiales de apoyo serán entregados a cada uno de los participantes, y para ello tendrán acceso a la plataforma educativa. Allí, estarán a disposición las presentaciones, lecturas y material adicional del programa.

## Horarios

Martes y jueves de 6:00 a 9:00 p.m.

\*Los cambios eventuales que se puedan presentar en la programación inicial (fechas, horarios, docentes) serán informados oportunamente a los estudiantes.



## Informes

✉ [mercadeoeducontinua@icesi.edu.co](mailto:mercadeoeducontinua@icesi.edu.co)

Universidad Icesi, Calle 18 No. 122 -135  
Cali - Colombia  
[www.icesi.edu.co](http://www.icesi.edu.co)

Encuétranos como **Universidad Icesi** en:

