



2026

DIPLOMATURA EN

Desarrollo de Equipos Comerciales y Ventas

Herramientas conceptuales y prácticas para gestionar el proceso de venta, negociar con eficacia y liderar departamentos comerciales orientados a resultados.

(*) Como requisito general, los participantes deberán contar con estudios secundarios completos o encontrarse cursando los últimos años del nivel medio, garantizando así que dispongan de la formación básica necesaria para sostener procesos de aprendizaje en el marco de la educación continua universitaria, que requieren autonomía, reflexión crítica y aplicación práctica de los contenidos.



Duración: 100 horas. (54 horas sincrónicas y 46 horas asincrónicas).

Días y horarios:

Del 10 de junio al 14 de octubre de 2026.

Miércoles de 18.00 a 21.00 Hs (se alterna presencial y virtual)

+ actividad asincrónica.

Modalidad: Semipresencial.

Sede Centro.

Aranceles:

Externos:

Matrícula: \$30.000.-

Contado: \$710.000.- o 5 cuotas de: \$171.000.-

Comunidad UAI*/ADEEPRA/VANEDUC:

Matrícula: \$30.000.-

Contado: \$497.000.- o 5 cuotas de: \$120.000.-

Club La Nación/Clarín 365**:

Matrícula: \$30.000.-

Contado: \$568.000.- o 5 cuotas de: \$136.800.-

(*) Alumnos, graduados, y/o familiares directos.

(**) Suscriptores y/o familiares directos de los titulares de las credenciales.

Dirigido a:

- Profesionales que se desempeñen en áreas comerciales (ejecutivos de cuentas, asesores de ventas, representantes comerciales).
- Líderes, coordinadores o gerentes de equipos de ventas que busquen actualizar metodologías para guiar a sus equipos.
- Emprendedores, dueños de PyMEs y profesionales independientes (freelancers, consultores) que necesiten profesionalizar su gestión de ventas y mejorar sus habilidades de negociación para escalar sus negocios.

Beneficios:

- Incorporar herramientas prácticas para mejorar el desempeño comercial.
- Fortalecer habilidades de comunicación y negociación táctica.
- Aprender metodologías para el armado y liderazgo de equipos de ventas.

Objetivos:

- Profesionalizar la gestión comercial integral del participante, dotándolo de herramientas tácticas para la ejecución operativa de la venta, la negociación y el cierre efectivo de acuerdos.
- Formar líderes comerciales con la capacidad estratégica de planificar, estructurar, organizar y conducir departamentos de ventas orientados al alto rendimiento.
- Proveer metodologías analíticas y de fidelización que permitan establecer un control de gestión basado en datos (KPIs) para maximizar el valor del ciclo de vida de los clientes.

Resultados de aprendizaje:

- Ejecutar las etapas del proceso comercial operativo, aplicando técnicas de venta consultiva y manejo de objeciones para concretar acuerdos de manera sostenida.
- Diseñar propuestas de valor altamente persuasivas, integrando estrategias de negociación efectivas en distintos contextos y canales de venta.
- Estructurar un departamento comercial completo, definiendo roles, procesos y flujos de trabajo orientados a la eficiencia del negocio.
- Dirigir equipos de ventas de alto rendimiento, aplicando herramientas gerenciales de conducción estratégica, coaching y motivación del personal.

Formular indicadores de gestión (KPIs) comerciales, para la toma de decisiones basada en datos y el monitoreo continuo del embudo de ventas.

Resultados esperados:

- Dominar el ciclo comercial completo, logrando articular la ejecución táctica de las ventas operativas con la visión gerencial y estratégica de largo plazo que requiere un negocio.
- Adoptar un enfoque consultivo y persuasivo que permita no solo cerrar transacciones exitosas de manera consistente, sino también construir relaciones de valor y lealtad con los clientes.
- Adquirir la capacidad de organizar, dimensionar y profesionalizar áreas comerciales desde cero, dotándolas de procesos claros, perfiles adecuados y metodologías de trabajo eficientes.
- Desarrollar un perfil de liderazgo sólido y adaptativo, capaz de inspirar, guiar y elevar el rendimiento de los equipos de ventas, asumiendo el control de los resultados grupales.
- Consolidar una mentalidad analítica orientada a la medición continua, utilizando los datos y las métricas como motores fundamentales para la proyección y optimización de los ingresos de la organización.

Enfoque general:

El propósito central de esta diplomatura es brindar una formación integral que transforme la gestión comercial. Su razón de ser es dotar a los participantes de herramientas tácticas para la ejecución operativa de ventas y la negociación efectiva, para luego escalar hacia competencias de liderazgo estratégico.

El programa existe para formar líderes capaces de planificar, estructurar y conducir departamentos comerciales de alto rendimiento, implementando un control de gestión basado en datos (KPIs) para maximizar el ciclo de vida de los clientes.

Contenidos:

Módulo 1: El rol del vendedor y el proceso comercial. Evolución de la actividad. Etapas del proceso comercial y planificación de la actividad de ventas.

Módulo 2: Venta consultiva y conocimiento del cliente. Necesidades y motivaciones de compra. Detección de oportunidades

Módulo 3: Presentación de propuestas de valor. Construcción del mensaje, comunicación asertiva y tácticas de persuasión.

Módulo 4: Negociación y cierre. Estrategias de negociación. Manejo de objeciones. Técnicas de cierre de ventas.

Módulo 5: Planificación estratégica comercial. De la táctica a la estrategia. Diseño de planes comerciales y segmentación de mercado.

Módulo 6: Estructuración del departamento comercial. Armado de equipos. Definición de roles, perfiles y procesos de reclutamiento para el área de ventas.

Módulo 7: Liderazgo y conducción de equipos. Gestión de equipos de alto rendimiento. Motivación, coaching comercial y resolución de conflictos.

Módulo 8: Métricas, control de gestión y fidelización. KPIs comerciales, armado de dashboards. Gestión de relaciones comerciales de largo plazo y fidelización.

Calendario de encuentros:

Módulo: Venta Profesional y Gestión Comercial

10/06 Presencial

17/06 Virtual

24/06 Presencial

01/07 Virtual

08/07 Presencial

15/07 Virtual

22/07 Presencial

29/07 Virtual

05/08 Presencial

Módulo: Liderazgo de Equipos de Venta

19/08 Presencial

26/08 Virtual

02/09 Presencial

09/09 Virtual

16/09 Presencial

23/09 Virtual

30/09 Presencial

07/10 Virtual

14/10 Presencial

Horas sincrónicas:

Destinadas a la lectura de bibliografía obligatoria, participación en foros de debate, visualización de material audiovisual complementario y la elaboración de los trabajos prácticos requeridos.

Metodología:

La diplomatura se desarrollará bajo un formato de taller práctico con casos reales, articulando 54 horas de encuentros sincrónicos para el debate y la práctica, y 46 horas asincrónicas destinadas a lecturas, análisis de casos y foros.

Evaluación:

- Trabajo Práctico Integrador.
- Simulación de negociación y cierre.
- Diseño de un plan estratégico y armado de un departamento comercial para un caso de estudio.

Bibliografía:

Fisher, R., Ury, W., & Patton, B. (2018). Obtenga el sí: El arte de negociar sin ceder (3ra ed.). Gestión 2000.

Pink, D. H. (2013). Vender es humano: La sorprendente verdad sobre cómo convencer a los demás. Gestión 2000.

Rackham, N. (1995). SPIN Selling: La mejor estrategia de ventas. McGraw-Hill.

Weinberg, M. (2015). Sales Management. Simplified: The Straight Truth About Getting Exceptional Results from Your Sales Team. AMACOM.

Directores:

Paola Gisela Ercoli. Especialista en desarrollo comercial y liderazgo de equipos de ventas. Gerenta General con más de 20 años de trayectoria en gestión comercial y liderazgo de equipos de ventas. Ha conducido equipos de alto rendimiento, impulsando el crecimiento de carteras de clientes y el desarrollo de estrategias comerciales. Desde 2019 se dedica a la formación profesional, brindando programas de entrenamiento para potenciar habilidades comerciales.

Tomás Leonel Alvarez. Licenciado en administración. Tedx Speaker y especialista en proyectos de comunicación digital. Desarrollador de contenidos de formación y capacitaciones para profesionales y empresas. Entre ellas, compañías como Banco Santander, Next U, Banco Ciudad, Fundación Banco Macro, Universidad Tecnológica Nacional de Buenos Aires, entre otras. Autor de 2 libros, y soy un apasionado por los avances tecnológicos vinculados a la comunicación, el marketing digital y la productividad.

