



Universidad de
América[®]
Código SNIES 1715

CURSO GESTIÓN COMERCIAL DE AGROINSUMOS

30 Horas



ISO 9001:2015
ISO 45001:2018
ISO 14001:2015
BUREAU VERITAS
Certification



PRESENTACIÓN

Como ingenieros y representantes técnicos comerciales, sabemos lo esencial que es mantenerse actualizado y fortalecer las habilidades de gestión y ventas para alcanzar el éxito en el competitivo mercado de agroinsumos.

En este sentido, el programa de capacitación ha sido diseñado específicamente para profesionales del agro que buscan perfeccionar sus habilidades comerciales y alcanzar un mayor nivel de excelencia en sus funciones como líderes comerciales y representantes técnicos.

JUSTIFICACIÓN

El Curso Gestión Comercial de Agroinsumos busca preparar a los participantes para liderar y gestionar de manera efectiva las actividades comerciales en el sector de agroinsumos, desarrollar habilidades de liderazgo, comprensión profunda del mercado, estrategias de mercadeo, técnicas de ventas, servicio al cliente, relaciones con proveedores y grupos de interés, fidelización de clientes, así como la incorporación de nuevas tecnologías y herramientas informáticas, con el propósito de contribuir al crecimiento y éxito sostenible de las empresas en esta industria.

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar y fortalecer las competencias y conocimientos de los participantes, así como las habilidades necesarias para que se desempeñen como profesionales altamente preparados para liderar eficazmente su gestión comercial en el mercadeo y venta de agroinsumos, abordando de manera integral las áreas temáticas de mayor importancia estratégica, aplicando tácticas innovadoras que promuevan el crecimiento sostenible de las organizaciones como respuesta a los desafíos y oportunidades que el mercado de Agroinsumos impone.

PERFIL DEL ASPIRANTE

El curso está orientado a profesionales afines a la actividad agrícola y agroindustrial, interesados en profesionalizar aún más su actividad comercial, tales como:

- Ingenieros agrónomos.
- Asistentes técnicos agrícolas.
- Representantes técnicos comerciales.
- Ingenieros agrícolas.
- Comerciantes de agroinsumos.
- Administradores de punto de venta.
- Investigadores agrícolas.
- Analistas de mercado agrícola.
- Gerentes de producción agrícola.
- Consultores agropecuarios.
- Ingenieros de alimentos.
- Técnicos en manejo de agroquímicos.
- Biólogos y microbiólogos.





METODOLOGÍA

La metodología del curso ha sido estructurada con base en la andragogía como sistema educativo centrado en la enseñanza para adultos, teniendo en cuenta sus experiencias, necesidades y motivaciones, haciendo énfasis en la participación, la relevancia personal y la aplicación práctica del conocimiento.

- Aprendizaje basado en problemas y casos reales.
- Aprendizaje colaborativo.
- Aprendizaje experiencial.
- Simulaciones y role-playing.
- Mentoría y coaching.
- Feedback y reflexión.
- Proyectos aplicados a la gestión de agroinsumos.
- Evaluación continua.
- Tecnología y recursos multimedia.
- Plan de acción personalizado.

Al emplear estas estrategias para liderar una gestión comercial competitiva y orientada al cliente, los profesionales pueden desarrollar habilidades efectivas y sostenibles en función del logro de sus objetivos comerciales y mantenimiento de relaciones duraderas y rentables con los clientes.



COMPETENCIAS A DESARROLLAR

Capacitarse como líder comercial en el mercado de Agroinsumos, ofrece numerosos beneficios que pueden facilitar el alcance de metas personales, profesionales y laborales:

- Crecimiento profesional y personal.
- Adquirir habilidades de liderazgo comercial.
- Desarrollar habilidades de comunicación y persuasión.
- Ampliar la red de contactos comerciales estratégicos.
- Mejorar la toma de decisiones y resolución de problemas.
- Ser más eficiente en la gestión del tiempo.
- Conocer estrategias de marketing en un entorno cambiante.
- Ser más efectivo en ventas y asesoramiento.
- Impulsar la satisfacción del cliente.
- Ampliar el conocimiento mercadológico sobre agroinsumos.
- Ser más competitivo en el mercado laboral.
- Fomentar la innovación.



¿POR QUÉ ESTUDIAR EL CURSO GESTIÓN COMERCIAL DE AGROINSUMOS EN LA UNIVERSIDAD DE AMÉRICA?

- Reputación y calidad académica consolidada a nivel nacional por +68 años.
- Cuerpo docente calificado y comprometido, conocedor de la temática comercial en el mercado de agroinsumos.
- Certificación y acreditación de programas, como curso formalmente establecido.
- Infraestructura adecuada y recursos para el aprendizaje, con esquemas pedagógicos idóneos para adultos.
- Red de contactos y oportunidades de networking, gracias al perfil de los participantes de sus programas y el nivel de especialización temático.

CONTENIDO TEMÁTICO

MÓDULO 1

ANÁLISIS DE DATOS Y TENDENCIAS DEL SECTOR PRODUCTOR Y COMERCIALIZADOR DE AGROINSUMOS.

3 horas

Familiarizarse con el análisis de datos y tendencias en la industria agrícola para tomar decisiones estratégicas informadas, según la demanda y preferencias de los clientes, anticipando cambios en el mercado y ajustando tu enfoque comercial oportunamente.

- Variables y categorías de análisis del sector productor y comercializador de agroinsumos.
- Indicadores de evolución sectorial: de lo macro a lo micro.
- Fuentes documentales, lectura e interpretación de datos.
- Análisis prospectivo de la actividad productor y comercializador de agroinsumos con perfil exportador.
- Dimensionamiento de los mercados nacionales y globales.
- Generación de informes y proyecciones.

MÓDULO 2

COMPRENSIÓN DE LA ESTRUCTURA DEL MERCADO Y LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE AGROINSUMOS.

3 horas

Es necesario conocer las necesidades y preferencias de los agricultores y distribuidores, identificar oportunidades competitivas, segmentar el mercado y desarrollar campañas de marketing dirigidas con un enfoque mercadológico de los productos.

- La estructura del mercado de agroinsumos.
- Métodos e instrumentos para el conocimiento y análisis del mercado de agroinsumos.
- Dimensionamiento y cualificación del mercado potencial.
- Las estrategias de mercadeo y de marketing digital, como respuesta competitiva.
- La formulación de planes estratégicos y de acción, según los contextos geográficos por conquistar y consolidar.
- Generación de informes cuantitativos y cualitativos: de cifras y percepciones.

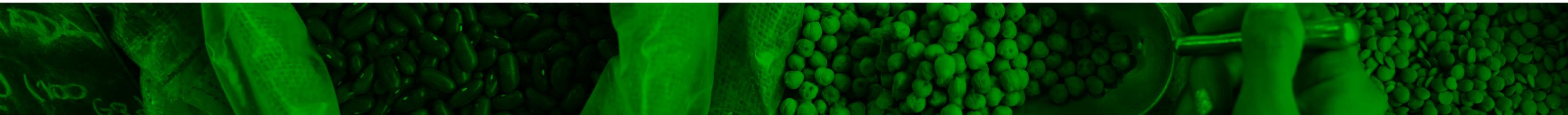
MÓDULO 3

ESTRATEGIAS DE SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.

6 horas

Conocer los segmentos de mercado (agricultores y distribuidores grandes, medianos y pequeños en áreas específicas) para adaptar estrategias comerciales según sus necesidades y características, optimizando las estrategias de ventas para abordar eficientemente cada grupo de clientes.

- Importancia de la gestión de las bases de datos: bodegaje y marketing de la base de datos.
- La clasificación inicial: clientes pareto, clientes activos, clientes perdidos y clientes potenciales. Personalización de las propuestas de valor.
- Criterios para la microsegmentación y caracterización del mercado objetivo: la pirámide de clientes por canal.
- Paretización, dimensionamiento del mercado y planeación de la gestión de ventas por canales
- Medición de impacto: construcción y evaluación de indicadores.



CONTENIDO TEMÁTICO

MÓDULO 4 DESARROLLO DE HABILIDADES PARA EL LIDERAZGO COMERCIAL. 6 horas

Identificar estrategias para fortalecer las capacidades para guiar, motivar, inspirar confianza y dirigir equipos en el ámbito de las ventas y gestión comercial, alineando los objetivos del equipo con los de la organización, mejorando su desempeño y alcanzando resultados sobresalientes, en función de un crecimiento sostenible y exitoso en el mercado.

- Desarrollo de habilidades de liderazgo comercial.
- Líderes vs jefes.
- Visión integral del liderazgo.
- Perfil de competencias del líder comercial.
- Propósito de vida -Ikigai- y proceso de mejora continua -Kaizen-.
- Tendencias y novedades del liderazgo actual.

MÓDULO 5 TÉCNICAS DE VENTAS Y NEGOCIACIÓN. 6 horas

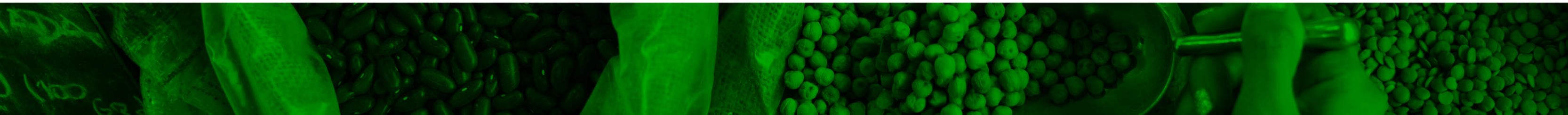
Reforzar las habilidades de ventas y negociación, con base en estrategias de Inteligencia emocional, en función de cerrar más tratos con agricultores y distribuidores, a partir de la identificación de oportunidades de venta, desarrollo de argumentos convincentes, superar objeciones y cerrar acuerdos comerciales de manera efectiva, logrando establecer relaciones comerciales sólidas y duraderas, con visión de largo plazo.

- Etapas de la venta. Preventa: el alistamiento.
- Etapas de la venta. Venta: la concreción de la intención de compra.
- Etapas de la venta. Posventa: seguimiento y fidelización.
- De la venta transaccional a la venta consultiva.
- Habilidades planificadoras y de toma de decisiones.
- Habilidades de comunicación y relacionamiento.
- Habilidades para trabajar en equipo y delegar.
- Habilidades persuasivas y de negociación.
- Factores actitudinales y perfil del líder comercial.
- Gestión de las emociones e Inteligencia emocional en la actividad comercial.
- Planeación de la gestión de ventas.
- Dirección de la fuerza de ventas.
- Medición del desempeño: indicadores individuales y colectivos.

MÓDULO 6 ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES 6 horas

Aprender a desarrollar programas de fidelización que incentiven a los agricultores y distribuidores a seguir comprándole al asesor y a la empresa, reteniendo y fidelizando los diversos tipos de clientes: agricultores o distribuidores, con una visión de crear relaciones a largo plazo.

- Servicio al cliente como pilar fundamental.
- Ruta y experiencia de los clientes.
- Estímulos económicos y financieros.
- Estímulos relacionales, impacto profesional e impacto social.
- Programas de retención de clientes por canal.
- Programas de recuperación de clientes perdidos.
- Programas de fidelización y potencialización.
- Evaluación de impacto: construcción y aplicación de indicadores.



MÓDULO 7

NUEVAS TECNOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS.
3 horas

Actualizar al profesional comercial en cuanto a las últimas tecnologías y herramientas relacionadas con el marketing, ventas y servicio al cliente, incluyendo el uso de plataformas digitales, marketing digital y CRM (Customer Relationship Management), entre otros.

- Nuevas tecnologías y herramientas informáticas en la actividad comercial para agroInsumos.
- Herramientas de gestión de clientes y ventas: Customer Relationship management (CRM) y modelos Sales Force.
- Aplicaciones móviles y plataformas en línea: servicios financieros, plataformas de pago y otros servicios.
- Marketing digital, webmarketing y redes sociales como instrumentos para la gestión comercial.
- Software de e-mail marketing y diseños.
- Aportes de la inteligencia artificial a la gestión comercial de agroinsumos.



CERTIFICADO

Certificado de asistencia al curso por treinta (30) horas académicas, expedido de manera conjunta por la Universidad de América y la firma de consultoría EMC Consultores Ltda - Proyecto Agropartners Club.

DOCENTES

EMIGDIO ANTONIO MARTÍNEZ LIZARAZO

Apasionado consultor y capacitador en psicología y gestión empresarial, actualmente cursando la Maestría en Psicología en la Universidad Católica de Colombia. Es Máster Executive en Gestión Internacional de la Empresa de E.O.I. en Madrid, España y posee licencia de Coach en Programación Neurolingüística certificado por Richard Bandler.

Su experiencia incluye roles como CEO Latam en EMC Consultores Ltda; socio-gerente en Juan Casas Inmobiliario y C.C.O Latam en una empresa líder en soluciones ERP-CRM, entre otros. Además, es autor del libro "Gerencia de Clientes" y conferencista internacional en América Latina.

CARLOS AUGUSTO VIVAS

Ingeniero Agrónomo, magíster en Administración de Empresas – MBA y especialista en Gerencia de Mercadeo y Administración de Empresas.

Ha ocupado cargos como Gerente de Mercadeo y Ventas en Gowan-Ecoflora y Cheminova, acumulando más de 27 años de experiencia en el sector agropecuario.

LUIS CARLOS MARTÍNEZ LIZARAZO

Magíster en Gerencia Estratégica de Mercadeo e Ingeniero Agrónomo, especialista en Coaching Gerencial, Auditoría Interna GLOBALGAP V.5., Ley FSMA, Cannabis Máster Grower, MIP y MIRFE.

Ha ocupado roles clave como presidente de la Red Cannabis Colombia, director general de Apoyagro Latam S.A.S, gerente de la división agropecuaria en EMC Consultores, entre otros.

DIANA MARCELA MURIEL ACEVEDO

Psicóloga dedicada a la formación y consultoría, especialista en gerencia de recursos humanos y magíster en gerencia de la innovación empresarial. Certificada como coach personal y ejecutivo en la escuela internacional de coaching tisoc y como formador de formadores por albert yans institute usa.

Su enfoque se centra en el desarrollo de habilidades de coaching de innovación. Ha sido consultora y speaker internacional, especializada en innovación y desarrollo de talento.



Universidad de
América[®]
Código SNIES 1715



Más información:

Dirección de Mercadeo y Admisiones
educacion.continua@uamerica.edu.co

☎ 310 869 6885 ☎ 314 218 1547

☎ 316 629 0450

EcoCampus de Los Cerros - Avenida Circunvalar No 20 -53

Tel: (60 1) 3376680 Ext. 2080, 2011, 2081, 2082

Sede Norte - Calle 106 No. 19 - 18

Tel: (60 1) 6580658 Ext. 2203, 2217, 2218, 2219

Bogotá D.C., Colombia.

www.uamerica.edu.co

Fundación Universidad de América | Vigilada MinEducación



ISO 9001:2015
ISO 45001:2018
ISO 14001:2015
BUREAU VERITAS
Certification

