Gestión Estratégica de Rondas de Negocios

Programa

Escuela de Negocios

AOCA

NUCLEAMOS LA INDUSTRIA DE REUNIONES

Objetivo general

- Profesionalizar la participación en rondas de negocios a través de un enfoque estratégico basado en análisis, posicionamiento y toma de decisiones fundamentadas.
- Fortalecer la capacidad de los representantes de destinos, bureaux y empresas para diseñar propuestas de valor diferenciales alineadas con sus mercados prioritarios.
- Incorporar herramientas de análisis competitivo, segmentación avanzada y medición de resultados.
- Integrar criterios de sostenibilidad, gobernanza e impacto como variables estratégicas en la captación de oportunidades comerciales.

Objetivos específicos

Esta propuesta académica–estratégica estructura el curso en tres módulos que abordan integralmente el proceso de participación en rondas de negocios, desde el diagnóstico previo hasta la medición de resultados y consolidación de vínculos comerciales.

El programa no se orienta únicamente al desarrollo de habilidades individuales, sino a la profesionalización de la representación institucional en entornos B2B del sector MICE.

Combina análisis conceptual, herramientas metodológicas y aplicación práctica, promoviendo una participación planificada, medible y alineada con los objetivos estratégicos del destino, bureaux o empresa. El enfoque incorpora criterios de competitividad,sostenibilidad, gobernanza e impacto como variables clave para la captación de oportunidades comerciales de largo plazo.

Modalidad de trabajo

El curso se desarrolla con modalidad autoadministrada en el aula virtual de la Escuela de Negocios de AOCA.
Los contenidos se organizan en cuatro unidades temáticas. Cada una contará con una presentación dinámica con los contenidos y objetivos de la unidad, una clase escrita, bibliografía de referencia y una actividad de evaluación que será necesario aprobar para avanzar en el desarrollo de la formación.

Modalidad de acreditación

Para finalizar el curso, deberá completar una evaluación final integradora.

Módulo 1 – Preparación estratégica y posicionamiento competitivo

Contenido

- Construcción del perfil estratégico del destino o empresa.
- Análisis competitivo y benchmarking sectorial.
- Segmentación de mercados y priorización de oportunidades comerciales.
- Definición y validación de una propuesta de valor diferenciada.
- Criterios estratégicos para la selección de ferias, workshops y rondas de negocios.
- Preparación de materiales institucionales con enfoque estratégico y soporte digital.
- Integración de sostenibilidad, gobernanza e impacto como variables competitivas.
- Evaluación preliminar de inversión y proyección de retorno esperado.

Módulo 2 – Gestión estratégica del encuentro comercial

Contenido

- Diseño de narrativa comercial y pitch estratégico.
- Adaptación del mensaje según tipología del comprador.
- Técnicas de comunicación persuasiva basadas en escucha activa y detección de necesidades.
- Identificación de señales de oportunidad, alineación y riesgo.
- Recolección sistemática de información clave para la conversión posterior.
- Gestión del tiempo y priorización en agendas intensivas.
- Manejo profesional de objeciones y construcción de confianza.

Módulo 3 – Estrategia de seguimiento y conversión

Contenido

- Diseño de estrategia de seguimiento segmentado según tipo de oportunidad.
- Construcción y gestión de relaciones comerciales sostenibles en el tiempo.
- Diseño de cronograma post evento (30–60–90 días).

Módulo 4 – Medición, resultados y mejora continua

Contenido

- Herramientas de CRM y trazabilidad institucional.
- Definición de indicadores de desempeño (KPIs cualitativos y cuantitativos).
- Evaluación de retorno de inversión (ROI) y retorno estratégico.
- Capitalización institucional del aprendizaje y mejora continua.

RESULTADOS DEL CURSO

Este programa propone transformar la participación en rondas de negocios en un proceso estratégico fundamentado en análisis, posicionamiento y medición de resultados.

A través de una estructura clara y herramientas aplicables, los participantes podrán optimizar recursos, fortalecer su competitividad y convertir cada reunión en una oportunidad concreta de desarrollo institucional y comercial.

El enfoque combina rigurosidad conceptual con aplicación práctica, permitiendo profesionalizar la gestión comercial en el sector MICE y consolidar relaciones sostenibles que generen impacto en el mediano y largo plazo.