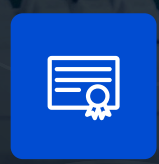


**DIPLOMADO EN**

# **GERENCIA DE VENTAS**



**Certifica:** Cámara de Comercio de Lima



# SOBRE EL DIPLOMADO

En un contexto empresarial cada vez más competitivo, digital y centrado en el cliente, la gestión de ventas ha dejado de ser una función operativa para convertirse en un pilar estratégico del crecimiento y la sostenibilidad de las organizaciones. El Diplomado en Gerencia de Ventas ha sido diseñado para formar profesionales y líderes comerciales capaces de interpretar el mercado, anticiparse a los cambios del entorno y transformar las estrategias comerciales en resultados concretos y medibles.

A lo largo del programa, los participantes desarrollarán una visión integral de la gestión comercial, alineando de manera efectiva marketing, ventas y experiencia del cliente. El diplomado profundiza en el diseño e implementación de planes comerciales estratégicos, el uso de indicadores clave de desempeño (KPIs) para la toma de decisiones, y la aplicación de técnicas avanzadas de negociación y cierre de ventas tanto en entornos B2C como B2B, fortaleciendo la capacidad de generar relaciones comerciales de largo plazo basadas en valor y confianza.

Así mismo, el programa incorpora un enfoque actualizado en ventas digitales y omnicanales, abordando el uso estratégico de herramientas tecnológicas, plataformas digitales, redes sociales y analítica comercial para optimizar procesos, mejorar la prospección, incrementar la conversión y potenciar la productividad de los equipos de ventas. Complementariamente, se desarrolla la gestión de la experiencia del cliente y la fidelización, entendidas hoy como factores críticos para la rentabilidad y la diferenciación competitiva.

El Diplomado en Gerencia de Ventas no solo fortalece competencias técnicas, sino que impulsa el desarrollo del liderazgo comercial, integrando habilidades blandas esenciales como la comunicación persuasiva, la inteligencia emocional, la resiliencia, la gestión del tiempo y la automotivación. De esta manera, los participantes estarán preparados para liderar equipos comerciales de alto rendimiento, adaptarse a escenarios de cambio constante y generar impacto real en sus organizaciones o emprendimientos.

# VALOR AGREGADO

- **Enfoque 100% aplicado al negocio real:** desarrollo de un Plan Comercial Integral que el participante podrá adaptar e implementar en su empresa o emprendimiento.
- **Visión omnicanal y digital de las ventas:** integración práctica de herramientas como CRM, WhatsApp Business, LinkedIn, analítica digital y social selling para potenciar resultados comerciales.
- **Metodología experiencial y dinámica:** simulaciones de negociación, role play de cierres de venta, análisis de casos reales y aplicación de metodologías activas.
- **Gestión estratégica de la experiencia del cliente:** diseño de acciones concretas de fidelización, retención y manejo de quejas con impacto directo en el valor del cliente.
- **Desarrollo integral del líder comercial:** fortalecimiento de habilidades blandas clave (comunicación, inteligencia emocional, resiliencia y automotivación) para liderar equipos comerciales de alto desempeño.
- **Certificación institucional de alto prestigio:** diploma digital a nombre de la Cámara de Comercio de Lima, que respalda el posicionamiento profesional del participante.

## REQUISITO

Para una mejor experiencia en el módulo 3 (Herramientas digitales para las ventas), es necesario traer laptop o tablet.

## METODOLOGÍA

La metodología será teórica-práctica, con participación activa de los asistentes. Se realizarán ejercicios para que, en conjunto y bajo la dirección permanente de los expositores, se analicen casos que ilustran las técnicas y conceptos planteados en este diplomado.

## DIRIGIDO A

- Ejecutivos de venta que deseen mejorar sus conocimientos sobre procesos comerciales.
- Líderes de equipos de ventas que desean fortalecer su capacidad de revisar, replantear y establecer estrategias que les ayude a llegar a las metas.
- Profesionales de otras áreas que deseen incursionar en la gestión de ventas o adquirir conocimientos fundamentales en este campo para potenciar su desarrollo profesional.
- Emprendedores que realicen funciones comerciales.

## OBJETIVOS

- **Diseñar y ejecutar planes comerciales integrales**, alineando marketing y ventas, mediante el uso de indicadores clave y análisis de mercado para responder estratégicamente a los cambios del entorno.
- **Aplicar técnicas avanzadas de negociación y cierre de ventas**, adaptadas tanto a contextos B2C como B2B, desarrollando habilidades de comunicación persuasiva y construcción de relaciones de largo plazo.
- **Utilizar herramientas digitales y plataformas tecnológicas** para optimizar procesos comerciales, generar leads, mejorar la relación con el cliente y aumentar la eficiencia en ventas.
- **Gestionar la experiencia del cliente y fidelización**, implementando estrategias centradas en el servicio, la satisfacción del cliente y el manejo eficaz de quejas, con enfoque en la retención y el valor a largo plazo.
- **Desarrollar habilidades blandas y de liderazgo personal**, como la gestión del tiempo, la comunicación efectiva, la inteligencia emocional, la resiliencia y la automotivación, para fortalecer equipos comerciales de alto rendimiento.

# TEMARIO

## MÓDULO 1: PLAN COMERCIAL INTEGRAL

En este módulo presencial exploraremos los elementos de un plan comercial que fusiona marketing y ventas, dos áreas que deben trabajar de la mano para que la estrategia funcione. También abordaremos los indicadores clave de rendimiento (KPIs) más relevantes tanto en términos comerciales como financieros.

**Al finalizar este módulo, el participante está en la capacidad de:**

- Diseñar e implementar planes comerciales integrales alineados con los objetivos organizacionales y las necesidades de mercado anticipando estratégicamente los cambios y adaptando el plan comercial según las condiciones y oportunidades del entorno empresarial.
- Recopilar y analizar datos relacionados con el mercado, clientes, competencia y tendencias utilizando herramientas y técnicas para transformar insights estratégicos que orienten la toma de decisiones comerciales en una organización.
- Evaluar el rendimiento del plan comercial mediante el análisis de indicadores, métricas y resultados y de ser necesario realizar los ajustes necesarios para generar valor sostenible para la organización y sus stakeholders.

### Sesión 1: Introducción al plan comercial integral

- Definición y objetivos del plan comercial integral
- Elementos “claves” en un plan comercial
- Identificación de beneficios e impacto en la empresa
- Casos de éxito

### Sesión 2: Visión sistémica del mercado y segmentación

- Análisis de la competencia y posicionamiento
- Investigación de mercado
- Identificación y análisis de segmentos de mercado
- Perfil del cliente ideal (Buyer Persona)

### Sesión 3: Estrategias de marketing mix: Producto y Precio

- Desarrollo y gestión de la cartera de productos
- Ciclo de vida del producto y estrategias asociadas
- Políticas de precios: fijación, descuentos, promociones
- Valor percibido y estrategias de posicionamiento



## Sesión 4: Estrategias de marketing mix: Distribución

- Tipos de canales de distribución: directos e indirectos
- Selección y gestión de intermediarios y socios comerciales
- Logística comercial: gestión de inventarios, almacenamiento y transporte

## Sesión 5: Estrategias de marketing mix: Promoción y Arquetipo del equipo comercial

- Mix de comunicación: publicidad, relaciones públicas, ventas personales, marketing directo
- Estrategias de marketing digital y redes sociales
- Planificación de campañas promocionales y eventos
- Medición y análisis de resultados (ROI)
- Desarrollo óptimo del equipo comercial

## Sesión 6: Implementación y control del plan comercial

- Fases de implementación del plan comercial
- Herramientas y técnicas de control y seguimiento
- Indicadores clave de rendimiento (KPIs) y métricas comerciales
- Evaluación, ajustes y mejora continua del plan comercial

## MÓDULO 2: TÉCNICAS AVANZADAS DE NEGOCIACIÓN Y CIERRE DE VENTAS

En este módulo presencial desarrollaremos habilidades avanzadas y estrategias especializadas en negociación y cierre de ventas orientadas a entornos B2C y B2B, donde los participantes desarrollaran competencias claves en análisis y adaptabilidad comercial, comunicación estratégica, gestión de negociaciones complejas y ética en las acciones comerciales, se profundizara en las necesidades y motivaciones de los clientes con técnicas de persuasión y construcción de relaciones a largo plazo en entornos altamente competitivos.

**Al finalizar este módulo, el participante está en la capacidad de:**

- Analizar y comprender las necesidades, motivaciones y características de clientes B2C y B2B, adaptando estrategias, técnicas de negociación y propuestas comerciales según el contexto y perfil del cliente y/o empresa.
- Desarrollar habilidades avanzadas de comunicación efectiva, persuasión y desarrollo de relaciones sólidas, comunicando valor en sus propuestas comerciales y generando conexiones relevantes con clientes y/o stakeholders en negociaciones B2C y B2B.
- Gestionar negociaciones complejas en entornos B2C y B2B, identificando oportunidades y anticipando desafíos en el cierre de ventas respetando las normativas y valores organizacionales y personales.

## **Sesión 7: Fundamentos de la negociación efectiva**

- Conceptos básicos de negociación
- Diferencias entre negociación B2C y B2B
- Estilos y enfoques de negociación
- Preparación y planificación de la negociación

## **Sesión 8: Inteligencia emocional y comunicación efectiva**

- Principios de la comunicación efectiva
- Influencia y persuasión en la negociación
- Manejo de objeciones y conflictos
- Técnicas de escucha activa y empatía

## **Sesión 9: Técnicas avanzadas de negociación B2C**

- Identificación de necesidades y motivaciones del cliente
- Estrategias de cierre de ventas en B2C
- Manejo de clientes difíciles o reticentes
- Casos prácticos y juego de roles

## **Sesión 10: Técnicas avanzadas de negociación B2B**

- Análisis y comprensión de las necesidades empresariales
- Estrategias de negociación en entornos empresariales
- Creación y presentación de propuestas comerciales
- Negociación de contratos y acuerdos comerciales

## **Sesión 11: Estrategias de cierre de ventas en B2C y B2B**

- Tipos de cierres de ventas y su aplicación
- Superación de objeciones finales
- Técnicas de confirmación y seguimiento post-venta
- Casos prácticos y simulaciones de cierre

## Sesión 12: Negociación sostenible y relaciones a largo plazo

- Principios éticos en la negociación
- Negociación basada en valores y responsabilidad social
- Gestión de relaciones a largo plazo con clientes
- Casos de estudio y análisis de mejores prácticas éticas

## MÓDULO 3: HERRAMIENTAS DIGITALES PARA LAS VENTAS

Este módulo online ha sido creado con el objetivo de mejorar las habilidades de los vendedores o líderes en la aplicación estratégica de la tecnología y redes sociales. Revisaremos herramientas esenciales, estrategias de contenido y las tendencias más recientes con el propósito de fortalecer tus capacidades digitales para vender más.

**Al finalizar este módulo, el participante está en la capacidad de:**

- Aplicar técnicas efectivas de ventas a través de herramientas digitales.
- Implementar estrategias de marketing digital adaptadas a su público objetivo.
- Utilizar plataformas digitales de manera óptima para aumentar las ventas y mejorar la relación con los clientes.

## Sesión 13: Introducción al comercio electrónico y ventas digitales

- Uso de herramientas digitales para demostrar productos o servicios de manera efectiva y resolver dudas en tiempo real
- Implementación de aplicaciones de video en vivo y demostraciones interactivas para mejorar la experiencia del cliente
- Uso plataformas como Zoom, Google Meet o Microsoft Teams para realizar demostraciones en tiempo real
- Uso de plataformas de mensajería y redes sociales para mantener una comunicación cercana y efectiva con los clientes
- Empleo de plataformas como WhatsApp, Facebook Messenger y Telegram para una comunicación directa
- Integración de las redes sociales más relevantes para el público objetivo, como Facebook, Instagram y Twitter
- Uso de herramientas digitales para investigar y comprender a la audiencia objetivo
- Empleo de herramientas como Google Analytics, Google Trends y encuestas en línea para comprender mejor el comportamiento y preferencias de la audiencia



## Sesión 14: El marketing digital aplicado a la venta

- Generación de contenidos para captar la atención de tu cliente potencial
- Uso herramientas de diseño como Canva o Adobe Spark para crear contenido visual atractivo
- Incorporación de blogs, videos y otros formatos de contenido para diversificar la estrategia
- Uso estratégico de redes sociales para impulsar las ventas y generar leads
- Integración de plataformas como Facebook, Instagram, LinkedIn y Twitter en una estrategia coherente
- Implementación de campañas publicitarias específicas para cada red social
- Publicidad en línea: campañas efectivas en plataformas digitales
- Uso de Google Ads, Facebook Ads y otras plataformas publicitarias relevantes para llegar a la audiencia objetivo

## Sesión 15: Analítica digital

- SEO y marketing de contenidos para aumentar la visibilidad en línea.
- Prácticas de SEO en el contenido digital para mejorar el posicionamiento en los motores de búsqueda
- Uso herramientas como SEMrush o Ahrefs para análisis de palabras clave y competencia
- Analítica digital: medición y seguimiento de resultados en ventas
- Implementación Google Analytics para el seguimiento detallado de las métricas relevantes
- Indicadores clave de rendimiento (KPI) para evaluar el éxito de las estrategias

## Sesión 16: Vende a través de WhatsApp Business

- Configuración de WhatsApp Business
- Creación de catálogo
- Estrategias con grupos de WhatsApp
- Respuestas rápidas: cómo crearlas
- Elaboración de listas de difusión
- WhatsApp Web: tu negocio desde tu PC
- Guarda contactos de manera ágil y confiable
- Automatización de respuestas
- Programa tus mensajes

## Sesión 17: LinkedIn como herramienta de venta B2B

- Creación de perfil de alto impacto
- Preferencias del perfil y modo creador de contenido para mayor alcance
- Hacks de posicionamiento y buenas prácticas
- Creación de contenido de valor: formatos, ideas. Herramientas creativas y de gestión
- Networking: expande tu red
- Análisis de métricas
- Prospección inteligente: encontrando a tu cliente ideal en linkedin

## Sesión 18: Estrategias para generar ventas recurrentes

- Planificación de estrategias de ventas y marketing digital para el crecimiento sostenible
- Email marketing
- Uso de herramientas de CRM (Customer Relationship Management) para gestionar clientes y oportunidades de venta
- Integración de plataformas de comercio electrónico con sistemas de gestión

## MÓDULO 4: FIDELIZACIÓN Y GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Este módulo presencial tiene como objetivo identificar cómo la gestión de la satisfacción y experiencia del cliente son de vital soporte a la Gestión comercial. Se discutirán las nuevas tendencias en el mercado, cuantificar el valor de conservar a los clientes, así como la gestión de la experiencia a través de los distintos puntos de contacto y la evaluación de la satisfacción.

**Al finalizar este módulo, el participante está en la capacidad de:**

- Conocer los aspectos principales relacionados con la gestión de Servicio al Cliente.
- Comprender la importancia de tener una estrategia para la medición y la mejora de la experiencia del cliente.
- Identificar los principios para la correcta gestión de quejas y reclamos.
- Asegurar el uso estratégico de los principales indicadores de satisfacción.

## Sesión 19: El servicio al cliente y tipologías

- Evolución del Servicio al cliente en el mercado
- Relación entre expectativas y percepción del cliente, ¿qué esperan los clientes del servicio?
- Conociendo quién es el cliente, sus necesidades y cómo cumplir con la promesa de servicio



## **Sesión 20: Modelo gestión de experiencia del cliente – promesa de marca y experiencia**

- Relación con el cliente: Multicanalidad & Omnicanalidad
- Enfoque Omnicanal en la experiencia del cliente para resultados comerciales
- Nuevas tendencias en la mejora y creación de nuevas Experiencias de Servicio para construir relaciones sólidas con el cliente

## **Sesión 21: Gestión de servicio interno y desarrollo de la evaluación del servicio**

- Importancia de cuidar la reputación
- Herramienta Customer Journey Map para identificar los puntos de mejora en el servicio
- Comunicación entre áreas para gestionar la experiencia del cliente
- Cómo evaluar la satisfacción
- Cómo definir KPI's para el servicio al cliente
- Aplicación de estrategias de mejora y matriz de planificación

## **Sesión 22: El valor de los clientes**

- El valor de la retención del cliente en el tiempo
- El costo de recuperación de un cliente perdido vs. encontrar a un nuevo cliente
- La importancia de la recomendación para crear empresas saludables
- Retorno de la inversión de las iniciativas de mejora del cliente

## **Sesión 23: Gestión de la experiencia a través del manejo de reclamos**

- Normativa vigente de la Ley de Protección y Defensa del Consumidor
- Causa y raíz de las inconformidades de los Clientes
- Gestión eficiente de las quejas y reclamos de los clientes identificando las oportunidades de mejora.

## **Sesión 24: Indicadores**

- Medición, análisis y gestión de iniciativas de experiencia del cliente: encuestas y Programas VoC

## MÓDULO 5: COACHING Y HABILIDADES BLANDAS PARA EQUIPOS

En este módulo presencial revisaremos habilidades personales esenciales para la gestión del tiempo, técnicas de comunicación, gestión emociones, resiliencia, manejo de estrés y la motivación propia para avanzar en equipos comerciales de alto rendimiento.

**Al finalizar este módulo, el participante está en la capacidad de:**

- Ser más productivo y gestionar su tiempo
- Comunicarse de forma persuasiva
- Gestionar sus emociones, liderarse y motivarse

### Sesión 25: Gestión del Tiempo

- Principios básicos de la gestión del tiempo
- Herramientas y técnicas para la planificación diaria y semanal
- Identificación y eliminación de ladrones de tiempo
- Priorizar tareas usando la matriz de Eisenhower
- Ejercicio práctico: Crear un plan de gestión del tiempo personal

### Sesión 26: Técnicas de Comunicación

- Componentes de la comunicación efectiva en ventas
- Técnicas de escucha activa
- Comunicación verbal y no verbal
- Estrategias para dar y recibir retroalimentación constructiva
- Role-playing: Práctica de situaciones de comunicación en equipo

### Sesión 27: Gestión de Emociones

- Concepto de inteligencia emocional
- Identificación y comprensión de las propias emociones
- Técnicas para regular las emociones
- Empatía y su importancia en el trabajo en equipo
- Ejercicio de autoevaluación emocional y plan de mejora



## **Sesión 28: Resiliencia**

- Definición y características de la resiliencia
- Factores que contribuyen a la resiliencia personal
- Estrategias para desarrollar la resiliencia
- Casos de estudio: Ejemplos de resiliencia en el ámbito comercial
- Actividad grupal: Plan de acción para mejorar la resiliencia

## **Sesión 29: Manejo de Estrés**

- Identificación de fuentes de estrés en el entorno laboral
- Efectos del estrés en la salud y el rendimiento
- Técnicas de relajación y mindfulness
- Estrategias para prevenir y reducir el estrés
- Práctica guiada: Ejercicios de relajación y mindfulness

## **Sesión 30: Motivación Propia**

- Teorías de la motivación.
- Identificación de factores motivacionales personales
- Técnicas para mantener la motivación a largo plazo
- Motivación en equipos de alto rendimiento
- Actividad final: Creación de un plan de motivación personal y grupal

# CRONOGRAMA

MÓDULO 1	MÓDULO 2	MÓDULO 3	MÓDULO 4	MÓDULO 5
ARMANDO NÚÑEZ	ARMANDO NÚÑEZ	SAÚL ALVARADO	EVELYN URIBE	EVELYN URIBE
Plan Comercial Integral	Técnicas avanzadas de cierre de ventas	Herramientas digitales para la venta	Fidelización y gestión de la experiencia del cliente	Habilidades blandas para equipos comerciales de alto rendimiento
<b>Sesión 1</b> Miércoles, 11 de marzo	<b>Sesión 7</b> Miércoles, 01 de abril	<b>Sesión 13</b> Miércoles, 22 de abril	<b>Sesión 19</b> Miércoles, 13 de mayo	<b>Sesión 25</b> Miércoles, 03 de junio
<b>Sesión 2</b> Lunes, 16 de marzo	<b>Sesión 8</b> Lunes, 06 de abril	<b>Sesión 14</b> Lunes, 27 de abril	<b>Sesión 20</b> Lunes, 18 de mayo	<b>Sesión 26</b> Lunes, 08 de junio
<b>Sesión 3</b> Miércoles, 18 de marzo	<b>Sesión 9</b> Miércoles, 08 de abril	<b>Sesión 15</b> Miércoles, 29 de abril	<b>Sesión 21</b> Miércoles, 20 de mayo	<b>Sesión 27</b> Miércoles, 10 de junio
<b>Sesión 4</b> Lunes, 23 de marzo	<b>Sesión 10</b> Lunes, 13 de abril	<b>Sesión 16</b> Lunes, 04 de mayo	<b>Sesión 22</b> Lunes, 25 de mayo	<b>Sesión 28</b> Lunes, 15 de junio
<b>Sesión 5</b> Miércoles,25 de marzo	<b>Sesión 11</b> Miércoles, 15 de abril	<b>Sesión 17</b> Miércoles, 06 de mayo	<b>Sesión 23</b> Miércoles, 27 de mayo	<b>Sesión 29</b> Miércoles, 17 de junio
<b>Sesión 6</b> Lunes, 30 de marzo	<b>Sesión 12</b> Lunes, 20 de abril	<b>Sesión 18</b> Lunes, 11 de mayo	<b>Sesión 24</b> Lunes, 01 de junio	<b>Sesión 30</b> Lunes, 22 de junio



# PLANA DOCENTE

## Armando Nuñez

Gerente de Ventas en Maquimás

Más de 20 años de experiencia desempeñándose como Gerente de Banca Seguros en el Banco Financiero, Gerente de Ventas de Nuevos Canales en Rímac Seguros, Gerente de Field Support y Gerente Divisional de Ventas en la transnacional Avon.

Actual Gerente de Ventas en Maquimás, una de las principales empresas de fondos colectivos del país, donde lidera estrategias omnicanales junto a una fuerza de ventas de más de 300 personas.

MBA de la PUCP, Máster Internacional en Liderazgo de la Escuela de Alta Dirección y Administración EADA (España). Economista de la PUCP. Cuenta con estudios de posgrado en Gerencia de Ventas, Planeamiento Estratégico de Ventas y Trade Marketing.

## Evelyn Uribe

CEO de Kambium, especialista en servicio al cliente y Coach certificada

Destacada coach certificada en Programación Neurolingüística (PNL), especialista en habilidades blandas, desarrollo personal y gestión del talento humano, con más de 15 años de experiencia formando profesionales y líderes exitosos en el ámbito empresarial y académico.

Actualmente se desempeña como Gerente General de Kambium, donde lidera programas de capacitación orientados al crecimiento personal, el liderazgo efectivo y la mejora del clima organizacional. Ha brindado consultoría y formación a instituciones públicas y privadas como SUNAT, ADUANAS, MINSA, ONG World Vision, SAT, VOLCAFE PERÚ y VOLCAFE PARAGUAY, entre otras.

Licenciada en Administración hotelera, con estudios de posgrado en marketing, docencia universitaria y especialización en protocolo, etiqueta y servicio al cliente.

## Pablo Saúl Alvarado

Facilitador en Metodología LEGO® SERIOUS PLAY

Profesional en Comunicación con más de 15 años de experiencia impulsando el crecimiento comercial de empresas a través de estrategias digitales efectivas. Especialista en ventas, social selling y creación de ecosistemas comerciales en redes sociales, ayudando a negocios y marcas a generar posicionamiento, comunidad y resultados medibles.

Ha liderado proyectos de desarrollo comercial y transformación digital para empresas de diversos sectores, implementando estrategias de captación y conversión mediante plataformas como Instagram, TikTok, Facebook y whatsapp. Es consultor empresarial, creador de contenido profesional y facilitador de equipos comerciales, reconocido por integrar metodologías dinámicas orientadas a resultados.

Cuenta con especialización en Marketing Digital y certificación internacional como Facilitador en Metodología LEGO® SERIOUS PLAY®, herramienta que incorpora en procesos de innovación y ventas.





**INICIO:**

Miércoles, 11 de marzo

**FIN:**

Lunes, 22 de junio

**FRECUENCIA:**

Lunes y miércoles  
de 07:00 p.m. a 10:00 p.m.

**DURACIÓN:**

120 horas académicas (de 45min. C/U)

**MODALIDAD:**

Presencial en la CCL

**INVERSIÓN:**

Público en general: S/ 3100  
Socio CCL: S/ 2300

**CERTIFICACIÓN DIGITAL:**

A nombre de la Cámara de Comercio de Lima

# MÉTODOS DE PAGO

## • Depósitos o transferencia Cuenta corriente en soles banco



Banco o agente BCP  
193-1943271-0-99



Banco o agente Interbank  
005-0000007180



Banco BBVA  
0011-0130-0100003020



Banco Scotiabank  
000-2019361

Todas nuestras cuentas están a nombre de **CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA – Ruc: 20101266819**

## • Tarjeta de crédito Podrá realizar sus pagos con rapidez y total seguridad.



1. Ingresar a nuestra página web: [www.camaralima.org.pe](http://www.camaralima.org.pe)
2. Buscar: **Pagos online**, parte superior derecha.
3. Ingresar **datos de la empresa y/o persona** que solicito el servicio.
4. Ingresar **datos de la tarjeta de crédito y detalle del servicio**.
5. Procesar pago.

Luego de realizar el pago, enviar el voucher de pago indicando el RUC y/o DNI del depositante al **asesor educativo**.



Exclusivo para VISA

**Hasta 6 cuotas sin intereses** con tus tarjetas de crédito BBVA y 12 cuotas con BCP.

Preguntar por términos y condiciones.

## • Billetera electrónica Escanea y paga



## Considerar

Los horarios que están en la programación de todos los eventos que se realice están sometidos a cualquier cambio por cualquier inconveniente que se presente. **\*Los cambios de los horarios serán notificados con anticipación.**





## | CONTÁCTANOS

Lima

✉ [programasccl@camaralima.org.pe](mailto:programasccl@camaralima.org.pe)

☎ 994 250 942

Provincias

✉ [cclprovincias@camaralima.org.pe](mailto:cclprovincias@camaralima.org.pe)

☎ 981 237 156