

DIPLOMADO EN

# GERENCIA COMERCIAL



**Certifica:** Cámara de Comercio de Lima

## SOBRE EL PROGRAMA

En un entorno empresarial altamente competitivo, las áreas de **marketing y ventas deben trabajar en sinergia para optimizar los resultados comerciales**. Sin embargo, muchas organizaciones enfrentan desafíos en la integración efectiva de estas estrategias. Este diplomado **brinda herramientas potentes y actualizadas** que combinan teoría y práctica, utilizando casos reales de empresas peruanas, latinoamericanas y globales, para que mandos medios, emprendedores y gerentes comerciales fortalezcan su liderazgo y habilidades estratégicas.



## DIRIGIDO A

- Mandos medios y gerentes de marketing / ventas.
- Emprendedores que buscan escalar sus negocios
- Profesionales de marketing interesados en estrategias de ventas
- Ejecutivos que desean actualizarse en tendencias comerciales globales

## OBJETIVOS

- Identificar y analizar tendencias emergentes en marketing y ventas
- Diseñar estrategias integradas basadas en datos y herramientas digitales
- Fortalecer habilidades de negociación, liderazgo y gestión comercial
- Implementar modelos innovadores para mejorar la experiencia del cliente

## 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.

## TEMARIO

### **Módulo 1: Perspectivas Integrales de Marketing y Ventas**

#### **Sesión 1: Estrategias comerciales para entornos competitivos**

- Definición y evolución de marketing y ventas
- Sinergia entre áreas comerciales y marketing
- Análisis de casos destacados en Perú y latam

## **Sesión 2: Identificación de oportunidades en mercados actuales**

- Métodos para identificar segmentos de mercado
- Tendencias en comportamiento del consumidor
- Beneficios de herramientas como Google Trends y Statista

## **Sesión 3: El impacto del branding en la gerencia comercial**

- Elementos clave de una marca sólida
- Valor de marca
- Posicionamiento en el mercado

## **Sesión 4: Diseño de estrategias comerciales integradas**

- Diferencias entre estrategias push y pull
- Alianzas estratégicas y co-branding
- Taller de aplicación en casos locales

## **Sesión 5: Gestión de relaciones comerciales efectivas**

- Importancia de la comunicación en ventas B2B y B2C
- Técnicas para negociaciones exitosas
- Cierre de ventas efectivos

## **Sesión 6: Medición del éxito en las áreas de marketing y ventas**

- Indicadores clave de desempeño (KPI's) comerciales
- Herramientas de análisis: Excel y Power BI
- Presentación de resultados comerciales efectivos

## **Módulo 2: Estrategias Comerciales Basadas en Datos**

### **Sesión 7: Introducción a la analítica comercial**

- El rol de los datos en la toma de decisiones
- Principales herramientas de análisis comercial
- Principales indicadores comerciales

## **Sesión 8: Interpretación de datos para estrategias comerciales**

- Datos comerciales y transformación en insights accionables
- CRM: Definición y beneficios de usarlo (analizaremos los más famosos: Zoho, Hubspot, Salesforce)
- Ejemplos de Dashboards comerciales

## **Sesión 9: Segmentación de clientes basada en datos**

- Definición de segmentos dinámicos. Aplicaciones y casos
- Personalización de estrategias para diferentes perfiles/buyer persona

## **Sesión 10: Previsión de ventas y análisis predictivo**

- Tendencias y métodos de proyección de ventas
- Métodos estadísticos para anticipar tendencias

## **Sesión 11: Automatización y gestión eficiente de datos**

- Automatización de procesos comerciales con plataformas digitales
- Ejemplos prácticos
- Mejores prácticas para manejo ético de datos

## **Sesión 12: Casos aplicados: análisis y presentación de informes**

- Desarrollo de un caso aplicado con conjuntos de datos reales
- Presentación y defensa de informes

## **Módulo 3: Marketing Digital y Transformación Comercial**

### **Sesión 13: El ecosistema digital y su impacto en ventas**

- Principales plataformas digitales y su aplicación comercial
- Tendencias en el comportamiento del consumidor online

### **Sesión 14: SEO y SEM como estrategias comerciales**

- Diseño y ejecución de campañas publicitarias
- Optimización de contenidos para buscadores

### **Sesión 15: Redes sociales como herramientas comerciales**

- Estrategias de engagement en redes sociales
- Uso de herramientas como Hootsuite y Buffer

## **Sesión 16: Comercio electrónico: oportunidades y desafíos**

- Modelos de negocio para comercio electrónico
- Introducción a plataformas como Shopify y WooCommerce

## **Sesión 17: Generación de leads en entornos digitales**

- Diseño de embudos de conversión de efectivo
- Automatización de marketing con herramientas como Mailchimp

## **Sesión 18: Taller práctico: desarrollo de campañas digitales**

- Planificación y ejecución de campañas digitales
- Análisis de resultados y optimización

## **Módulo 4: Innovación en Ventas y Gestión de Equipos**

### **Sesión 19: Innovación en metodologías de ventas**

- Modelos de ventas consultivas y disruptivas
- Uso de storytelling para captar clientes

### **Sesión 20: Gestión de equipos de alto rendimiento**

- Características de un equipo de alto rendimiento
- Construcción de equipos comerciales eficaces
- Estilos de liderazgo efectivos en ventas
- Gestión del cambio y resolución de conflictos en equipos
- Gestión del tiempo y Productividad.

### **Sesión 21: Motivación y gestión del desempeño**

- Diseño de sistemas de incentivos
- Estrategias para mantener la motivación y retención
- Indicadores para medir la efectividad del equipo

### **Sesión 22: Liderazgo en entornos digitales**

- Liderar equipos en la era digital
- Fomento de la innovación en equipos de ventas
- Decisiones estratégicas basadas en KPIs

## **Sesión 23: Innovación tecnológica en ventas con Inteligencia artificial**

- Herramientas de IA para prospección
- Generadores de contenido personalizado para prospección
- Herramientas de IA para cierre de ventas

## **Sesión 24: Estrategias de negociación avanzada**

- El proceso de negociación: preparación, ejecución y cierre
- Estrategias avanzadas: BATNA, ZOPA y manejo de objeciones
- Negociación emocional e inteligencia cultural
- Caso práctico: Simulación de negociación en parejas o equipos

## **Módulo 5: Experiencia, fidelización y éxito del cliente**

### **Sesión 25: Gestión del ciclo de vida del cliente**

- Gestión del ciclo de vida del cliente para potenciar resultados comerciales
- Identificación de voz del negocio (VoB) prioridades de negocio

### **Sesión 26: Diseño de experiencias de clientes memorables**

- Modelo de experiencia del cliente e importancia del mapa del recorrido del cliente
- Estrategias para sorprender y fidelizar clientes

### **Sesión 27: La voz del cliente (VoC) como pilar estratégico**

- Implementación de encuestas, entrevistas de relacionamiento y especificación de claves métricas: NLS, NPS, CSAT, CES, otros
- Herramientas para captar y analizar puntos de dolor e insights

### **Sesión 28: Innovación en experiencia al cliente**

- Tecnología y personalización para las interacciones con los clientes
- Especificación de iniciativas de innovación en la experiencia del cliente y forma de analizar el retorno ROI

### **Sesión 29: Éxito del cliente y retención a largo plazo**

- Concepto de éxito del cliente o customer succes
- Indicadores de éxito del cliente

### **Sesión 30: Proyecto final – diseño de un modelo integral de experiencia**

- Aplicación de aprendizajes en un proyecto práctico
- Presentación y evaluación

# CRONOGRAMA

MÓDULO 1	MÓDULO 2	MÓDULO 3
ELIANA GÁLVEZ	MANUEL PAJES	PAUL BUDD
Perspectivas Integrales de Marketing y Ventas	Estrategias Comerciales Basadas en Datos	Marketing Digital y Transformación Comercial
<b>Sesión 1</b> Lunes, 11 May	<b>Sesión 7</b> Lunes, 01 Junio	<b>Sesión 13</b> Lunes, 22 Junio
<b>Sesión 2</b> Miércoles, 13 May	<b>Sesión 8</b> Miércoles, 03 Junio	<b>Sesión 14</b> Miércoles, 24 Junio
<b>Sesión 3</b> Lunes, 18 May	<b>Sesión 9</b> Lunes, 08 Junio	<b>Sesión 15</b> Miércoles, 01 Julio
<b>Sesión 4</b> Miércoles, 20 May	<b>Sesión 10</b> Miércoles, 10 Junio	<b>Sesión 16</b> Lunes, 06 Julio
<b>Sesión 5</b> Lunes, 25 May	<b>Sesión 11</b> Lunes, 15 Junio	<b>Sesión 17</b> Miércoles, 08 Julio
<b>Sesión 6</b> Miércoles, 27 May	<b>Sesión 12</b> Miércoles, 17 Junio	<b>Sesión 18</b> Lunes, 13 Julio

*\*El lunes, 29 Junio no habrá clases por ser feriado*

*\*Del miércoles 29 julio no habrá clases por ser feriado*

<b>MÓDULO 4</b>	<b>MÓDULO 5</b>
<b>ARMANDO NÚÑEZ</b>	<b>MANUEL RAMOS</b>
Innovación en Ventas y Gestión de Equipos	Experiencia, fidelización y éxito del cliente
<b>Sesión 19</b> Miércoles, 15 Julio	<b>Sesión 25</b> Lunes, 10 de Agosto
<b>Sesión 20</b> Lunes, 20 Julio	<b>Sesión 26</b> Miércoles 12 Agosto
<b>Sesión 21</b> Miércoles, 22 Julio	<b>Sesión 27</b> Lunes, 17 Agosto
<b>Sesión 22</b> Lunes, 27 Julio	<b>Sesión 28</b> Miércoles, 19 Agosto
<b>Sesión 23</b> Lunes, 03 Agosto	<b>Sesión 29</b> Lunes, 24 Agosto
<b>Sesión 24</b> Miércoles, 05 Agosto	<b>Sesión 30</b> Miércoles, 26 Agosto

*\*El lunes, 29 Junio no habrá clases por ser feriado*

*\*Del miércoles 29 julio no habrá clases por ser feriado*

# PLANA DOCENTE

## ELIANA GÁLVEZ

MBA por Maastricht School of Management. Licenciada en Administración por la Universidad del Pacífico. Master en Marketing por EADA Barcelona. Especialización en Marketing Digital por la Universidad ESAN. Experiencia docente de 14 años. Actualmente, profesora a tiempo parcial en la Universidad del Pacífico y otras instituciones educativas.

Mentora del Centro de emprendimiento de la Universidad del Pacífico, jurado y asesora de tesis de la Universidad del Pacífico. Más de 20 años de experiencia en áreas de Gestión, Marketing y Comercial.

Ha sido Gerente de División de Corporación Miyasato, Gerente Comercial de Grupo Eulen, Gerente Comercial de Misión Médica y Asesora del Despacho del Viceministro de Empleo y MYPE del Ministerio de Trabajo. Amplia experiencia en consultoría empresarial para pequeñas, medianas y grandes empresas en temas relacionados a emprendimiento, marketing, marketing digital, estrategia, formación, liderazgo y sistemas de gestión de la calidad.

## MANUEL PAJES

MBA e ingeniero de profesión. Especializado en Dirección de Ventas. Amplio conocimiento de estrategias de comercio electrónico, ventas digitales y transformación comercial en los sectores industrial, terciario y residencial.

Con más de 20 años de experiencia en canales y fabricantes de productos eléctricos y electrónicos, ha liderado equipos de marketing y ventas en la implementación de modelos de comercio electrónico, desde tiendas propias hasta marketplaces y redes sociales. Su enfoque estratégico le ha permitido optimizar la experiencia del cliente, la gestión de inventario y la conversión digital

Actual Gerente Comercial en una conocida empresa de rubro industrial.

## **PAUL BUDD**

Administrador de Empresas y magíster en Dirección de Marketing en CENTRUM PUCP. Especializado en el desarrollo de estrategias de marketing generadoras de valor a nivel on y offline, modelos de negocios, investigación de mercados, campañas de marketing a nivel nacional e internacional por más de 13 años en empresas de servicios, educación y construcción. Enfoque en resultados ágiles, visión de negocio e innovación.

Actual Gerente General de Budd Marketing Group, agencia de marketing digital full funnel y branding.

## **ARMANDO NÚÑEZ**

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 Productos Avon.

Magister en Administración Estratégica de Empresas de la PUCP, Master 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.

Actual Gerente de Ventas de Maquimás, una de las principales empresas administradoras de Fondos Colectivos del país.

## **MANUEL RAMOS**

Más de 20 años de experiencia en empresas privadas, del estado y servicios de consultorías en diversas industrias. Ha sido Subgerente de gestión de experiencia del cliente para Ferreycorp S.A.A., y Jefe de Experiencia del cliente de Ferreyros S.A.

Magíster en Administración de la Universidad ESAN y Certificado por Strativity Group en Customer Experience Management. Economista de la Universidad de Lima.

**INICIO:**

Lunes, 11 de Mayo

**FIN:**

Miércoles , 26 de Agosto

**FRECUENCIA:**

Lunes y miércoles  
de 8:00 p.m. a 11:00 p.m.

*\*Lunes 29 de junio y miércoles 29 de Julio no  
habrá clases por ser feriado*

**DURACIÓN:**

120 horas académicas (sesiones de 45min. cada una)

**MODALIDAD:**

Online (en tiempo real) – Plataforma TEAMS

**INVERSIÓN:**

Público en general: S/ 3 100

Socio CCL: S/ 2 300

**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.**



## | CONTACTANOS

**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