



**DIPLOMADO**

# GERENCIA COMERCIAL



**Certifica: Cámara de Comercio de Lima**

## SOBRE EL PROGRAMA

En un entorno empresarial hipercompetitivo y en constante evolución, el éxito comercial ya no depende de la intuición, sino de la sinergia estratégica entre marketing y ventas. Las organizaciones modernas exigen líderes capaces de romper los silos operativos, interpretar datos en tiempo real y automatizar procesos para rentabilizar cada oportunidad de negocio.

Este diplomado de la Cámara de Comercio de Lima ha sido diseñado para responder a los dolores reales del mercado actual. A través de un enfoque práctico y el análisis de casos reales (locales y globales), aprenderás a unificar tus equipos, dominar herramientas analíticas de última generación e implementar soluciones con Inteligencia Artificial. Convierte la gestión comercial en el motor de crecimiento escalable y sostenible de tu empresa.

# DIRIGIDO A

Este programa de alta especialización estratégica se dirige a:

- Gerentes y mandos medios de las áreas de marketing, ventas, gestión comercial y experiencia del cliente que buscan consolidar su liderazgo y escalar sus resultados.
- Emprendedores y dueños de negocios decididos a estructurar una estrategia comercial sólida, automatizar sus procesos e impulsar el crecimiento de sus empresas.
- Ejecutivos y profesionales del sector interesados en actualizarse en las tendencias comerciales globales, analítica de datos y marketing omnicanal.

# BENEFICIOS EXCLUSIVOS

- **Certificación de Respaldo Institucional:** Respaldo digital a nombre de la Cámara de Comercio de Lima, la red gremial líder que eleva tu estatus profesional y competitividad en el mercado corporativo.
- **Vanguardia Tecnológica Avanzada:** Formación práctica en la adopción de herramientas clave para la gestión comercial moderna, desde plataformas analíticas y CRMs de alto impacto (Zoho, HubSpot, Salesforce) hasta plataformas de IA para prospección y cierre de ventas.
- **Plana Docente de Elite Gerencial:** Clases guiadas por expertos activos que ocupan roles de Gerencia General y Gerencias Comerciales en agencias de marketing digital y corporaciones líderes en sectores financieros, industriales y de servicios (como Ferreycorp y Maquimás).
- **Practicidad Orientada a Resultados:** Metodología teórico-práctica basada en ejercicios colaborativos y la resolución de conjuntos de datos reales del contexto peruano y latinoamericano, listos para aplicarse de forma inmediata en tu labor diaria.
- **Flexibilidad Ejecutiva:** Formación adaptada al ritmo profesional actual mediante sesiones interactivas online en tiempo real que optimizan tu manejo del tiempo.

# OBJETIVOS

Al finalizar el programa los participantes estarán en capacidad de:

- **Diseñar estrategias comerciales integradas** eliminando la brecha entre marketing y ventas, fundamentadas en datos y herramientas digitales.
- **Tomar decisiones ejecutivas informadas** mediante el uso e interpretación de CRMs, cuadros de mando en Power BI y análisis predictivo de previsión de ventas.
- **Planificar y optimizar campañas digitales de alto rendimiento**, dominando estrategias de SEO/SEM, automatización de marketing y embudos de conversión para la generación de leads.
- **Liderar, motivar y estructurar equipos comerciales de alto rendimiento** bajo metodologías ágiles de venta consultiva e innovación tecnológica con Inteligencia Artificial.
- **Construir modelos integrales de experiencia del cliente (CX)** basados en métricas estratégicas (NPS, CSAT, CES), logrando la fidelización y rentabilidad a largo plazo



# TEMARIO

## MÓDULO 1: Perspectivas Integrales de Marketing y Ventas

- Sesión 1: Estrategias comerciales para entornos competitivos y sinergia corporativa.
- Sesión 2: Identificación de oportunidades de mercado y tendencias del consumidor (Google Trends y Statista).
- Sesión 3: El impacto del branding y posicionamiento en la gerencia comercial.
- Sesión 4: Diseño de estrategias comerciales integradas (Estrategias Push y Pull / Co-branding).
- Sesión 5: Gestión de relaciones comerciales efectivas y técnicas de negociación B2B / B2C.
- Sesión 6: Medición del éxito comercial: Indicadores clave (KPIs) y análisis con Excel y Power BI.

## MÓDULO 2: Estrategias Comerciales Basadas en Datos

- Sesión 7: Introducción a la analítica comercial y el rol de los datos en las decisiones directivas.
- Sesión 8: Interpretación de datos, insights accionables y uso avanzado de CRMs (Zoho, HubSpot, Salesforce).
- Sesión 9: Segmentación dinámica de clientes y personalización basada en el Buyer Persona.
- Sesión 10: Previsión de ventas, métodos estadísticos y análisis predictivo de tendencias.
- Sesión 11: Automatización de procesos comerciales y mejores prácticas de manejo ético de datos.
- Sesión 12: Casos aplicados: Análisis de conjuntos de datos reales y defensa de informes comerciales.

## MÓDULO 3: Innovación en Ventas y Gestión de Equipos

- Sesión 13: Modelos de ventas consultivas, disrupción comercial y uso de Storytelling.
- Sesión 14: Construcción y liderazgo de equipos de alto rendimiento, gestión del cambio y productividad.
- Sesión 15: Motivación comercial, retención del talento y diseño de sistemas de incentivos eficientes.
- Sesión 16: Liderazgo directivo en entornos digitales y decisiones comerciales basadas en KPIs.

- Sesión 17: Innovación tecnológica y herramientas de Inteligencia Artificial para prospección, contenido y cierre de ventas.
- Sesión 18: Estrategias avanzadas de negociación (BATNA, ZOPA, manejo de objeciones e inteligencia cultural).

## **MÓDULO 4: Marketing Digital y Transformación Comercial**

- Sesión 19: El ecosistema digital y las nuevas tendencias del comportamiento del consumidor online.
- Sesión 20: SEO y SEM como estrategias clave para el diseño y ejecución de campañas publicitarias.
- Sesión 21: Redes sociales comerciales y uso estratégico de herramientas de gestión (Hootsuite y Buffer).
- Sesión 22: Modelos de negocio en comercio electrónico y gestión en Shopify y WooCommerce.
- Sesión 23: Generación de leads efectivos y automatización de marketing (Mailchimp).
- Sesión 24: Taller práctico: Planificación, ejecución y optimización de campañas digitales.

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

- Sesión 25: Gestión del ciclo de vida del cliente y prioridades de negocio (Voz del Negocio - VoB).
- Sesión 26: Diseño de experiencias memorables y estructuración del Customer Journey Map.
- Sesión 27: La Voz del Cliente (VoC) y especificación de métricas de relacionamiento (NPS, CSAT, CES).
- Sesión 28: Iniciativas de innovación tecnológica, personalización de interacciones y análisis del retorno (ROI).
- Sesión 29: Modelos estratégicos de Customer Success e indicadores clave de retención a largo plazo.
- Sesión 30: Proyecto Final - Diseño de un Modelo Integral de Experiencia y Gestión Comercial: Aplicación guiada de todas las competencias del diplomado en un proyecto práctico real, sustentado ante un panel evaluador calificado.

# PLANA DOCENTE

## PABLO SAUL ALVARADO

Comunicador Social y consultor empresarial con experiencia en marketing, comunicación estratégica y creación de contenido digital para organizaciones de diversos sectores. Especialista en el diseño e implementación de estrategias de posicionamiento, branding y comunicación orientadas al fortalecimiento de marcas y la generación de valor para clientes. Facilitador Internacional en Lego® Serious Play®, integra metodologías innovadoras y ágiles para potenciar la creatividad, el trabajo colaborativo y la gestión comercial. Además, asesora empresas en programas de emprendimiento, responsabilidad social y desarrollo organizacional.

## 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.

# CRONOGRAMA

MÓDULO 1	MÓDULO 2	MÓDULO 3	MÓDULO 4	MÓDULO 5
PABLO SAUL ALVARADO	MANUEL PAJES	ARMANDO NÚÑEZ	PAUL BUDD	MANUEL RAMOS
Perspectivas Integrales de Marketing y Ventas	Estrategias Comerciales Basadas en Datos	Innovación en Ventas y Gestión de Equipos	Marketing Digital y Transformación Comercial	Experiencia, fidelización y éxito del cliente
<b>Sesión 1</b> Viernes, 7 ago	<b>Sesión 7</b> Viernes, 28 ago	<b>Sesión 13</b> Viernes, 18 set	<b>Sesión 19</b> Viernes, 9 oct	<b>Sesión 25</b> Viernes, 30 oct
<b>Sesión 2</b> Miércoles, 12 ago	<b>Sesión 8</b> Miércoles, 2 set	<b>Sesión 14</b> Miércoles, 23 set	<b>Sesión 20</b> Miércoles, 14 oct	<b>Sesión 26</b> Miércoles, 4 nov
<b>Sesión 3</b> Viernes, 14 ago	<b>Sesión 9</b> Viernes, 4 set	<b>Sesión 15</b> Viernes, 25 set	<b>Sesión 21</b> Viernes, 16 oct	<b>Sesión 27</b> Viernes, 6 nov
<b>Sesión 4</b> Miércoles, 19 ago	<b>Sesión 10</b> Miércoles, 9 set	<b>Sesión 16</b> Miércoles, 30 set	<b>Sesión 22</b> Miércoles, 21 oct	<b>Sesión 28</b> Miércoles, 11 nov
<b>Sesión 5</b> Viernes, 21 ago	<b>Sesión 11</b> Viernes, 11 set	<b>Sesión 17</b> Viernes, 2 oct	<b>Sesión 23</b> Viernes, 23 oct	<b>Sesión 29</b> Viernes, 13 nov
<b>Sesión 6</b> Miércoles, 26 ago	<b>Sesión 12</b> Miércoles, 16 set	<b>Sesión 18</b> Miércoles, 7 oct	<b>Sesión 24</b> Miércoles, 28 oct	<b>Sesión 30</b> Miércoles, 18 nov

**INICIO:**

Viernes 07 de agosto

**FIN:**

Miércoles 18 de noviembre

**FRECUENCIA:**

Miércoles y viernes  
de 8:00 p.m. a 11:00 p.m.

**DURACIÓN:**

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

- 120 horas académicas en vivo
- 80 horas académicas asincrónicas
- 40 horas académicas en foros

**MODALIDAD:**

Online (15 sesiones en tiempo real)

**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