

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN

Gestión de Ventas



Inicio

26 de febrero
2026



Duración

3 meses
lectivos



Modalidad

Online en
tiempo real

Somos una Escuela de Negocios
referente en el mundo y la
**primera en el Perú con 4 Acreditaciones
a la Excelencia Académica**

CUATRO ACREDITACIONES GLOBALES



DE EXCELENCIA ACADÉMICA



Según el último Ranking del Financial Times 2025.
(La publicación de negocios más respetada a nivel global)



**EXECUTIVE
EDUCATION
2025 RANKING**



Domina todo el proceso de ventas con un enfoque estratégico y práctico

Desde la prospección y detección de necesidades hasta la negociación, el cierre y la fidelización del cliente. Esta especialización te brinda herramientas actualizadas en ventas B2B y B2C, organización comercial, inteligencia emocional y técnicas avanzadas de relación, permitiéndote alcanzar altos niveles de desempeño y construir vínculos comerciales sólidos y sostenibles.



OBJETIVOS

01. **Gestionar** el proceso de ventas de una manera eficiente y eficaz desarrollando adecuadas relaciones con los clientes logrando un alto desempeño.
02. **Desarrollar** la prospección, calificación de clientes y detectar sus necesidades.
03. **Comunicar** a la empresa las necesidades del cliente y desarrollar presentaciones de ventas efectivas.

CERTIFICADO

Programa de Especialización en Gestión de Ventas **por Centrum PUCP**



CONTENIDO DEL PROGRAMA

01 TÉCNICAS DE VENTAS B2C Y B2B

El curso desarrolla técnicas de ventas B2B y B2C para gestionar todo el proceso comercial con eficiencia, desde la prospección hasta el cierre. Aprenderás a identificar oportunidades, manejar objeciones, negociar y construir relaciones efectivas con clientes empresariales y consumidores. Incluye el uso de CRM, automatización y casos prácticos aplicados.

Sesión 1: Introducción. El proceso comercial y el rol del vendedor para la organización

- El proceso comercial o de ventas
- ¿Qué es un vendedor?
- ¿Cómo se siente ser un vendedor?
- Cuál es el rol del vendedor dentro de la organización
- Las habilidades del vendedor
- Habilidades de ventas

Sesión 2: Área Comercial (Ventas, Marketing y Trade Marketing) / Especificación B2B-B2C

- La diferencia y relación ideal entre Marketing y Ventas
- ¿Y qué es el Trade Marketing?
- Marketing 3.0 vs Ventas Modernas
- Ventas B2B / B2C
- Tipos de vendedores en la empresa

Sesión 3: Definición de Modelo de Gestión Comercial. Cómo crear y dirigir un área comercial

- El marco de la Estrategia Comercial
- Modelos de Estrategia Comercial: Transaccional, consultiva, relacional

Sesión 4: La estructura comercial

- Amplitud de control vs. niveles gerenciales de la estructura comercial
- Tipos de Estructura Comercial y despliegue de la Fuerza de Ventas
- Cruzando modelos de ventas, estructura y estrategia comercial

Sesión 5: Procesos de compras

- El proceso de compras
- Los asesinos silenciosos de ventas
- Cómo adecuar la estrategia de ventas a los procesos de compras
- ¿Qué es negociación?

- Negociación Distributiva vs. Negociación Integrativa
- Negociación B2B/B2C

Sesión 6: Estrategia Comercial / Dimensionamiento del equipo de ventas

- Manejo y Comportamiento
- Retos actuales de la estrategia comercial
- Dimensionando tu fuerza de ventas

Sesión 7: Presupuestos y proyecciones de ventas

- Métodos de Proyección de Ventas
- Ventajas y Desventajas de los métodos

Sesión 8: Prospección de ventas

- Prospección de Ventas
- Funnel / Embudo de Ventas
- Metodo SPANCOPs

Sesión 9: Sistemas de remuneración & incentivos de ventas

- Sistemas de Remuneración de Ventas
- Sistemas de Incentivos de Ventas
- Efectividad y preferencias de los sistemas

Sesión 10: Evaluación del desempeño en ventas

- Efectividad de la organización de ventas
- Evaluación del desempeño

Sesión 11:

- Entrega y Sustentación de Trabajo Aplicativo Final (TAF)

02_TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN Y CIERRE DE VENTAS

El curso fortalece la capacidad para conducir negociaciones efectivas bajo el enfoque ganar-ganar y maximizar los cierres de venta. Aprenderás a manejar objeciones, interpretarás señales de compra y aplicarás técnicas éticas y culturales de negociación.

Sesión 1 -2: ¿Qué es realmente la negociación?

- El concepto “win –win” (ganar-ganar)
- Expectativas e intereses en un cierre de ventas
- La Negociación en Diferentes Culturas

Sesión 3 - 4:

- El Proceso de Negociación Estrategias para llegar a acuerdos – Dos Enfoques Generales
- Acuerdos distributivos y acuerdos integradores
- BATNA, ZOPA, Punto de partida y role playing

Sesión 5 - 6:

- El cierre de ventas
- Tácticas de negociación aplicables a ventas
- Tácticas de presión, tácticas cooperativas, concesiones tácticas y tácticas extraordinarias

03_ORGANIZACIÓN PARA LAS VENTAS: *ruteo, plan de visita, informe de ventas, control de gastos*

El curso desarrolla las habilidades necesarias para planificar y organizar eficientemente la labor comercial. Los participantes optimizan su tiempo, priorizan clientes clave y aplican indicadores para evaluar desempeño y seguimiento de oportunidades.

Sesión 1 -2:

- Etapas de la venta o comercialización

Sesión 3 - 4:

- Las Objeciones

Sesión 5 - 6:

- Administración del tiempo y del territorio

Sesión 7 -8:

- Cómo evaluar a los vendedores

Sesión 9 - 10:

- Manejo de la cartera de clientes

Sesión 5 - 6:

- Cómo elaborar un buen informe de ventas

04_DESARROLLO DE RELACIONES CON LOS CLIENTES

El curso desarrolla competencias para comprender el comportamiento del cliente y construir relaciones de confianza que impulsen la lealtad y el crecimiento sostenible. Incluye estrategias de personalización y retención basadas en datos para maximizar el valor del cliente en el tiempo.

Sesión 1 -2:

- Importancia estratégica del desarrollo de la relación con los clientes y su impacto en las utilidades

Sesión 3 - 4:

- Generación y mantenimiento del valor constante para nuestros clientes a fin de retenerlos y fidelizarlos

MÓDULO 1

Sesión 5 - 6:

- Clasificación de los tipos de clientes y administración del valor de su ciclo de vida

Sesión 7 -8:

- Estrategias que fortalecen la relación con los clientes en las fases de captación, retención, fidelización y desarrollo

Sesión 9 - 10:

- Gestión del patrimonio generado por el cliente, la cartera y su impacto en el valor de la empresa

Sesión 11 - 12:

- Implementación de un modelo de vanguardia en la gestión de relación con los clientes

05_INTELIGENCIA EMOCIONAL PARA VENDEDORES

El curso desarrolla la inteligencia emocional como herramienta decisiva para potenciar el desempeño en ventas, fortaleciendo el autoconocimiento, la empatía y la comunicación efectiva. Se integran técnicas para aplicar la inteligencia emocional en la toma de decisiones, la persuasión y la motivación en entornos comerciales dinámicos.

Sesión 1 -2: Entendiendo la inteligencia emocional

- ¿Qué es inteligencia emocional? Conciencia de uno mismo. Construyendo relaciones. Técnicas y Dinámica

Comunicando con empatía

- La importancia de empatía profesional. Evaluando tu comunicación personal. Técnicas y Dinámica

Sesión 3 - 4:

- Aumentando tu auto-conciencia
- Conociéndote. Superar obstáculos. Estrategias y beneficios.
- Técnicas y Dinámica

- Mejorando la inteligencia emocional con Mindfulness
- Ser un líder poderoso, consciente y atento requiere inteligencia emocional. A través del Mindfulness se explora las cuatro emociones principales: ira, miedo, alegría y tristeza.

Sesión 5 - 6:

- Liderando con Inteligencia Emocional
- Auto-Control y Auto-Manejo. Entendiendo a otros. Tu rol de líder. Comunicando en circunstancias específicas. Técnicas y Dinámica.
- Trabajo aplicativo final.

FORMACIÓN GUIADA POR EXPERTOS



Luis Alonso Marroquín Nieto

Gerente de Nuevos Negocios en Grupo Hermani, Director de dos institutos especializados y profesor en CENTRUM PUCP.

Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, con más de 10 años liderando áreas comerciales, trade marketing e innovación en empresas de retail y consumo masivo. Ha ocupado roles estratégicos en Supermercados Peruanos, Sigma Alimentos, Telefónica, Porta y Tottus, impulsando categorías, canales y nuevos negocios.



Jorge Armando Rubiños Montero

Gerente de Cuentas en Arellano Marketing, consultor independiente y docente de Posgrado en la PUCP.

Magíster en Administración Estratégica y Máster en Liderazgo por EADA, con una sólida especialización en gestión comercial. Ha liderado cuentas clave y proyectos estratégicos en Arellano Marketing, Telefónica del Perú y otras organizaciones de alto impacto.



Melissa Aponte Trujillo

Jefe de Marketing y Comunicaciones en Unimaq

Magíster en Administración Estratégica y Máster en Liderazgo por EADA. Ejecutiva con sólida trayectoria en marketing y comunicaciones, asesorando a marcas como La Positiva, BanBif, Caterpillar y Ferreyros. Actualmente es Jefe de Marketing y Comunicaciones en Unimaq y docente de posgrado en la PUCP, con experiencia en estrategia comercial y gestión de marca.





Óscar Alberto Uribe Laines

Docente PUCP y Consultor Asociado en ATREDI

MBA por Maastricht y Magíster en Administración Estratégica, con especialización en negociación y resolución de conflictos. Ha sido Gerente en MegaPlaza y Grupo Wiese, y Director de Relaciones Laborales en la PUCP, liderando procesos complejos de negociación colectiva. Docente de posgrado reconocido por su excelencia académica, experto en negociación estratégica, liderazgo y gestión de equipos comerciales.



Carmin Deysi Briceño Meza

Country Chair Coaching and Training de Mission Million

Magíster en Dirección y Gestión del Talento Humano, con 15 años de experiencia en desarrollo personal y organizacional. Directora General de Happy Live By Carmin y consultora, coach y mentora en gestión del talento y liderazgo. Docente de posgrado experta en potenciar equipos comerciales mediante habilidades blandas, gestión emocional y procesos de alto impacto.



Gestión de de Ventas



**Executive
Education**

Inicio

26 de febrero 2026

Duración y Horario

3 meses lectivos / 72 horas

Martes y Jueves de 07:00 a 10:30 p.m.

Modalidad

Online en tiempo real

Inversión

S/. 4,200

*Para el financiamiento directo otorgado por Centrum PUCP, los participantes y sus respectivos avales deberán suscribir letras de cambio electrónicas como requisito indispensable para estar matriculado en el programa o curso académico escogido.

La inversión incluye:

- Emisión del certificado por Centrum PUCP
- Materiales académicos

La inversión no incluye:

- Emisión de otros certificados (participación, constancia de notas, mallas académicas, etc.

INFORMES:

✉ executive.centrum@pucp.edu.pe

🌐 centrum.pucp.edu.pe



CUATRO ACREDITACIONES GLOBALES



DE EXCELENCIA ACADÉMICA