

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN

Dirección y Gestión Comercial



Inicio
29 de
octubre



Duración
4 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

Nº 1
EN PERÚ

Nº 5
EN LATAM

Nº 20
EN EL MUNDO

Según el último Ranking del Financial Times 2026.
(La publicación de negocios más respetada a nivel global)



**EXECUTIVE
EDUCATION**
2026 RANKING



Dirige la gestión comercial con visión estratégica y enfoque en resultados

Esta especialización brinda una visión integral de la dirección comercial, orientada a la toma de decisiones estratégicas sobre crecimiento, rentabilidad y posicionamiento. El participante desarrollará capacidades para gestionar canales, liderar equipos comerciales, administrar cuentas clave, integrar modelos omnicanal y utilizar analítica comercial para alinear la ejecución de ventas con los objetivos del negocio.



OBJETIVOS

01. **Crear** un Plan Estratégico Omnicanal enfocado en la ejecución y crecimiento comercial.
02. **Utilizar** métricas que permitan comparar el avance en la gestión comercial con respecto al rumbo trazado.
03. **Desarrollar** tácticas de relacionamiento estratégico con los clientes más valiosos de la organización.

CERTIFICADO

Programa de Especialización en Dirección y
Gestión Comercial **por Centrum PUCP**



CONTENIDO DEL PROGRAMA

01_CANALES DE VENTAS Y ORGANIZACIONAL COMERCIAL

Aprende a diseñar y gestionar estrategias de canales de venta alineadas a los objetivos del negocio. Este curso te permitirá estructurar una organización comercial eficiente, con roles, perfiles y procesos claros, capaces de sostener el crecimiento y la competitividad en mercados dinámicos.

Sesión 1 - 2:

- El concepto de la distribución y los canales distributivos.
- Diseño y elección del canal de distribución.

Sesión 3 -4:

- Dinámica de los canales
- Las relaciones internas del canal de distribución.

Sesión 5 - 6:

- Formatos comerciales: Fabricantes y mayoristas
- Formatos comerciales minoristas.

Sesión 7 -8:

- Planificación de la gestión y dirección minorista
- Merchandising

Sesión 9 - 10:

- El servicio al cliente en el comercio minorista
- Evaluación, implementación y control de la gestión y dirección minorista
- Estrategia go to market

Sesión 11 - 12:

- Trabajo Aplicativo Final
- Examen final

02_KEY ACCOUNT MANAGEMENT

Desarrolla una gestión estratégica de las cuentas más valiosas de tu organización. A través de metodologías prácticas y mejores prácticas internacionales, aprenderás a priorizar, fidelizar y generar relaciones de largo plazo con clientes clave, creando propuestas de valor diferenciadas.

Sesión 1 - 2:

- Evolución del mercado.
- Como podemos gestionar las cuentas de la empresa.
- Definición de KPIS.
- Uso de Tableros de control.
- Manejo del embudo comercial.

Sesión 3 - 4: Posición y Roles en el proceso de Compra

- Proceso de compra.
- Roles del Proceso de Compra.
- Posición en el Proceso de Compra.

Plan de Cuenta

- Perfil de Cliente.
- Perfil de Negocio.
- Necesidades del Cliente.
- Objetivos del KAM.

Sesión 5 - 6: Selección y Categorización de los Clientes Clave

- ¿Por qué es tan importante escoger a los clientes apropiados?
- Criterio de selección de las cuentas claves.
- Categorización de los clientes claves.

Sesión 7 -8 - 9 - 10: Negociación Corporativa

- El Problema.
- El Método.
- Sí, pero.

Sesión 11 - 12:

- Presentación del Trabajo integrador Final.

03_E-COMMERCE OMNICHANNEL

Diseña procesos de venta que integren de manera fluida los canales físicos y digitales. Este curso te prepara para captar, acompañar y cerrar ventas en entornos omnicanal, combinando tecnología, experiencia del cliente y estrategia comercial para maximizar resultados.

Sesión 1 - 2:

- Tendencias actuales y futuras en el comercio electrónico.

Sesión 3 - 4:

- Introducción al Comercio Electrónico.

Sesión 5 - 6:

- Modelos B2C.

Sesión 7 - 8:

- Cambios en la estructura de negocio para adoptar un modelo de comercio electrónico.

Sesión 9 - 10:

- Promoción del Comercio Electrónico y Analítica Web.

Sesión 11 - 12:

- Trabajo Aplicativo Final.
- Examen final.

04_GESTIÓN DEL DESEMPEÑO DE EQUIPOS COMERCIALES EN ENTORNOS VIRTUALES

Fortalece tu capacidad para liderar y desarrollar equipos comerciales a distancia. Aprenderás a establecer metas claras, medir el desempeño y potenciar resultados en entornos virtuales, alineando la gestión del talento con los objetivos comerciales.

Sesión 1 - 2:

- Modelos de gestión de desempeño y el rendimiento.

Sesión 3 - 4:

- Técnicas y herramientas para la valoración de esfuerzos, competencias, capacidades y resultados en personas.

Sesión 5 - 6:

- Modelos de gestión del crecimiento y el desarrollo.

Sesión 7 - 8:

- Taller de diseño de planes de desarrollo.

Sesión 9 - 10:

- Trabajo Aplicativo Final.

MÓDULO 1

05_SALES ANALYTICS

Convierte los datos en una ventaja estratégica para la toma de decisiones comerciales. Desarrollarás dashboards, funnels y métricas clave que te permitirán analizar resultados, detectar brechas y diseñar acciones concretas para mejorar el desempeño de ventas y cumplir los objetivos del negocio.

Sesión 1 - 2:

- Introducción al Análisis.

Sesión 3 - 4:

- Análisis de Ventas.

Sesión 5 - 6:

- Decisiones de presupuestos de marketing.

Sesión 7 - 8:

- Plataformas de Análisis.

Sesión 9 - 10:

- Google Data Studio y
Power BI

- Centrum PUCP podrá efectuar cambios en la malla, de acuerdo a su política de mejora continua. La inauguración del programa se realizará siempre y cuando se alcance el quórum establecido por la Escuela. Centrum PUCP se reserva el derecho de postergar los inicios de los cursos y programas. Iniciadas las clases, la participación es personal e intransferible.

FORMACIÓN GUIADA POR EXPERTOS



Alfonso Felipe Bouroncle Rodrigo

Docente CENTRUM.

Ingeniero Industrial por la PUCP, con estudios de Maestría en Administración en el ITESM (México) y especializaciones en Gerencia de Proyectos y Marketing Digital. Cuenta con más de 30 años de experiencia en dirección y gestión comercial, liderando desarrollo de negocios, gestión de canales y estrategias comerciales en empresas como Colgate-Palmolive, Austrade e Indurama.



Christian Miranda Alfaro

Sales Account Manager en Cisco y docente en CENTRUM PUCP.

MBA por IEDE Business School de Madrid y UPC, con especialización en Dirección de Ventas por ESAN e IAE Business School de Argentina. Cuenta con más de 20 años de experiencia regional en gestión comercial, ventas y soluciones tecnológicas, desempeñándose en compañías líderes como HP, HPE y Cisco Systems.



Alonzo Calderon Valenzuela

Director de Proyectos en Mirage y Docente en CENTRUM PUCP

Ingeniero Industrial y Magíster en Marketing y Gestión Comercial, con especialización en comportamiento del consumidor. Cuenta con experiencia en dirección de investigación de mercados, gestión de proyectos de marketing y docencia de posgrado. Ha sido Director de Investigación y Análisis de Mercado en BRB Perú y actualmente es Director de Proyectos en Mirage Consultores y docente en CENTRUM PUCP.



FORMACIÓN GUIADA POR EXPERTOS



Sergio Aranda Valera

Data Analytics Lead en La Positiva Seguros, Docente en CENTRUM PUCP y DMC Institute.

Economista especializado en Data & Analytics, con más de 5 años de experiencia en Business Intelligence y transformación digital. Ha sido Senior Analytics Specialist en Yape y actualmente es Data Analytics Lead en La Positiva Seguros, liderando equipos y soluciones analíticas para la toma de decisiones. Es docente en CENTRUM PUCP y DMC Institute, y expositor.



Jhonatan David Lozano Gonzales

Docente en Toulouse Lautrec y CENTRUM PUCP.

Profesional con Maestría en Administración Estratégica de Empresas (UNAC) y especialización en Facebook Social Media, con más de 10 años de experiencia en marketing digital. Ha sido Ejecutivo de Cuentas en Movistar y Jefe de Contenido Digital en Flueyz. Actualmente es docente en Toulouse Lautrec y CENTRUM PUCP.

La plana docente indicada es referencial y podrá estar sujeta a modificaciones por razones académicas, de disponibilidad u otras causas que la institución considere pertinentes, sin que ello afecte la calidad ni los objetivos del programa.

Dirección y Gestión Comercial



**Executive
Education**

Inicio

29 de octubre de 2026

Duración y Horario

4 meses lectivos / 84 horas

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

Modalidad

Online en tiempo real

Inversión

S/. 4,500

*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