



PAD

ESCUELA DE DIRECCIÓN
UNIVERSIDAD DE PIURA

EDICIÓN
2025 - II

PROGRAMA DE Dirección Comercial



Red de
Escuelas
Asociadas

Desarrolla una visión comercial bajo un enfoque estratégico y enfrenta con éxito los desafíos que presentan los nuevos mercados.



Palabras de la
Directora >>

LIDERA, IMPACTA,
TRASCIENDE >>

Testimoniales >>

¿Por qué estudiar en el
**Programa de Dirección
Comercial?** >>

Método
del Caso >>

Perfil del
participante >>

Campos de
conocimiento >>

Claustro de
Profesores >>

PAD
Alumni >>

PROGRAMA DE
Dirección Comercial

PALABRAS DE LA DIRECTORA

El PAD – Escuela de Dirección, desde hace más de 28 años, ofrece programas que buscan brindar a la alta dirección no solo las herramientas que permitan gestionar los esfuerzos comerciales, sino también un **enfoque estratégico para hacer frente a los desafíos del entorno actual.**

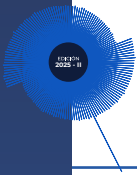
Nos encontramos enfrentando un sinnúmero de cambios no solo en los distintos mercados que atendemos sino y sobre todo en los consumidores que requieren accesibilidad, funcionalidad, conveniencia e innovación constante. Estos retos nos llevan a redefinir estrategias, gestionar oferta de productos y servicios, consolidar el valor de las marcas y crear el mejor customer journey. Por ello, el Programa de Dirección Comercial profundizará en temas como Innovación, Design Thinking, Marketing digital, Estrategias de portafolio, Omnicanalidad y Equipos de venta.

Además, el programa incluye un Taller de Negociación, muy necesario para los retos comerciales y estratégicos que requiere nuestro quehacer directivo. Te invito a participar de este programa, que se desarrolla a través del método del caso, bajo la dirección de profesores expertos en el área comercial, en un ambiente donde se fomentará el intercambio de experiencias y opiniones de los participantes.

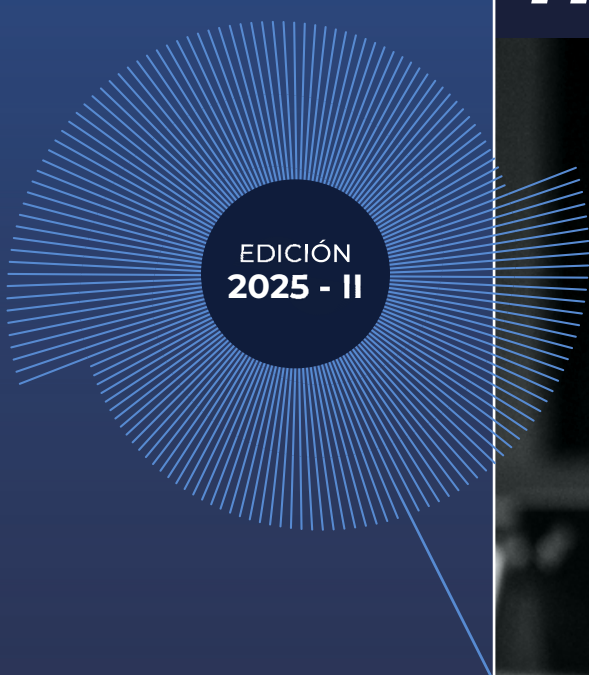


**Fabiola
Guerrero**

Directora del Programa



Conviértete en el **líder**
comercial que transforma
organizaciones.

*IMPACTA**LIDERA**TRANSCIENDE*

EDICIÓN
2025 - II

**PREPARAMOS A LOS
ALTOS DIRECTIVOS
DEL PAÍS EN LA
TOMA DE MEJORES
DECISIONES CON
EL OBJETIVO
DE GENERAR
TRANSFORMACIONES
REALES EN LAS
PERSONAS Y LAS
ORGANIZACIONES
QUE LIDERAN.**





TESTIMONIOS DE NUESTROS EGRESADOS



“En el método del caso, te ves en situaciones reales de empresas de diferentes sectores. Te permite escuchar las maneras de afrontar los problemas con variados puntos de vista. Esto nos ayuda a tener una visión integral de los problemas que tenemos en el día a día y nos da la facilidad de contar con distintas alternativas de solución, para afrontarlas de la mejor forma.”



Arturo Martens

Gerente Comercial de SOCOSANI



“Recomendaría el Programa de Dirección Comercial por tres aspectos principales. Por el desarrollo de los casos totalmente prácticos, por los profesores y la facilidad de transmitir sus conocimientos a los participantes, y por el networking que logré a lo largo del programa.”



Elizabeth Okada

Gerente de Marketing de Laboratorios Bagó del Perú



“Escogí el PAD por el prestigio de los profesores. Ellos vienen de trabajar o actualmente laboran en directorios y gerencias generales. Las aportaciones que nos dan son realmente valiosas. Además, los talleres que lideran nos ayudan a tener una visión más práctica de la formación que recibimos.”



María Morales

Global Executive Search de INAC Perú



¿POR QUÉ ESTUDIAR EN EL PROGRAMA DE DIRECCIÓN COMERCIAL?

1

» **INTEGRACIÓN DEL MARKETING Y LAS VENTAS**

El programa brinda herramientas de dirección comercial con orientación a la alta dirección, con el fin de profundizar en la necesidad del consumidor, en los cambios del mercado y en la oferta de valor que aseguran los resultados exitosos comerciales y en ventas.

2

» **ENFOQUE COMERCIAL INTERNACIONAL**

El PAD mantiene una alianza con el IESE Business School de España y te brinda la oportunidad de tener una experiencia académica internacional con docentes. La visión global y el manejo de realidades internacionales permitirá un mayor aprendizaje durante el programa.

3

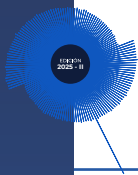
» **INNOVACIÓN Y PROPUESTA DE VALOR**

El programa desarrolla tu criterio innovador mediante herramientas y técnicas de innovación y gestión para la transformación de las organizaciones. Serás un gerente que diseña y ejecuta propuestas de valor renovadas en base a las necesidades concretas del cliente.

4

» **NETWORKING**

Podrás ampliar y fortalecer tu red de contactos profesionales y generar mayores oportunidades a futuro gracias a las participaciones grupales en bloques aleatorios de 7 alumnos, que realizamos en 2 sesiones presenciales estructuradas a lo largo de todo el programa (5 horas).



EL MÉTODO DEL CASO

LOS CASOS SON SITUACIONES REALES DE EMPRESAS DE TODOS LOS SECTORES, TAMAÑOS Y PAÍSES. LA DIVERSIDAD ES MÁXIMA.

Esta metodología te sitúa en el rol del protagonista para diagnosticar el problema y evaluar las alternativas antes de tomar una decisión.

El profesor guía el debate. Además de formular preguntas, estimula la intervención de todos los participantes para enriquecer la discusión con distintos puntos de vista.

IMPACTO PERSONAL Y PROFESIONAL



Personal:

te llevará a reflexionar sobre tu estilo de dirección, tus sesgos en la toma de decisiones, etc.

Profesional:

el contraste de puntos de vista favorece un proceso de toma de decisiones más realista y enfocado a la acción.



¿COMÓ FUNCIONA?

1 ESTUDIO Y ANÁLISIS INDIVIDUAL DEL CASO

Las sesiones de trabajo requieren un trabajo individual previo. La actitud de los participantes y su preparación de las sesiones condicionan el grado de aprendizaje de la clase. Así, cuanto más preparados estén y mejor actitud tengan, mayor será el crecimiento que experimente el grupo.

La carga de trabajo se diseña teniendo en cuenta la necesidad de conciliación con el día a día profesional y personal de los participantes.

2 DISCUSIÓN PREVIA DEL DEL CASO EN EQUIPOS DE TRABAJO

Tras la preparación individual del caso, se lleva a cabo la discusión en equipo. La composición de los equipos, integrados por de seis a ocho participantes, lo decide el PAD al inicio del programa para que sean lo más diversos posible y el enriquecimiento mutuo sea el máximo.

En las sesiones de equipo, se ponen en común los distintos puntos de vista sobre los casos preparados. Más que de llegar a un consenso definitivo, se trata de justificar las distintas visiones.

3 DISCUSIÓN DEL CASO EN CLASE

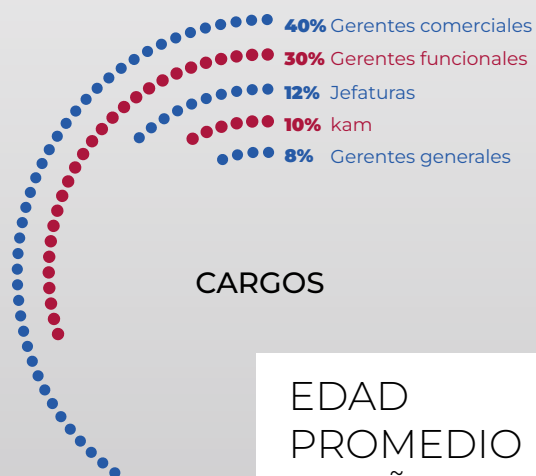
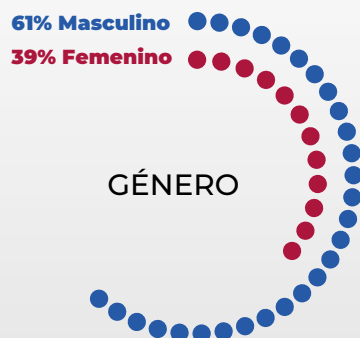
Ha llegado el momento de la verdad. Tras la preparación individual y la reunión del equipo, el caso se discute con el resto de la clase. Los aprendizajes del caso van descubriéndose con las aportaciones de los participantes, mientras el profesor guía el debate y añade su criterio.

La voluntad de intervenir en clase, compartir experiencias y escuchar activamente los puntos de vista de los compañeros resulta clave para aprovechar el programa. En el PAD todos aprendemos de todos.



PERFIL DEL PARTICIPANTE

El programa está dirigido a gerentes generales, gerentes de ventas, gerentes de marketing, gerente de producto, KAM y otros directivos que participan en el diseño e implementación de estrategias comerciales de alto impacto en la organización.



EDAD
PROMEDIO
43 AÑOS



CAMPOS DEL CONOCIMIENTO

El programa forma directivos de alto impacto en los negocios, con capacidad de gestión comercial, desarrollo de enfoques estratégicos y toma de decisiones eficaces que responden a las necesidades de los mercados actuales.



» DIRECCIÓN COMERCIAL

Conocer las tendencias, cambios en los mercados y las necesidades de los consumidores en un entorno actual resultan una tarea “clave” para el éxito de las estrategias comerciales en el mundo globalizado. Un cliente más informado, que busca accesibilidad, vínculo con las marcas y experiencia nos lleva a desarrollar propuestas de valor innovadoras, construcción de marcas sólidas, y gestionar un excelente customer journey. Por ello requerimos contar con estrategias de marketing digital, equipos de ventas, Inteligencia Artificial que nos permitan atraer, gestionar y retener a nuestros clientes para lograr los resultados y la rentabilidad.

- » Customer journey.
- » Marketing digital.
- » IA
- » Go to Market.
- » Gestión de equipos de ventas.



» ENTORNO ECONÓMICO

Se analizará las variables claves y necesarias para entender la coyuntura económica, su dinámica y cómo impacta en los diversos sectores del país y del mundo.

- » Análisis de sectores productivos nacionales e internacionales.
- » Retos y oportunidades de la economía peruana, entre otros



CAMPOS DEL **CONOCIMIENTO**

» COMPETITIVIDAD **SOSTENIBLE**

En términos de competitividad e innovación, se analizarán variables claves para crear modelos de negocios exitosos, además de cómo sostener sus ventajas competitivas en el tiempo frente a la competencia.

- » Análisis sectorial en tiempos de incertidumbre.
- » Diseño y ejecución de estrategias.

» ESTRATEGIA **OPERATIVA**

Se aprenderá los conceptos y criterios para optimizar los procesos de toma de decisiones en torno a:

- » Innovación en los modelos de negocio.
- » Omnicanalidad y delivery de última milla.
- » Principios y desafíos de la transformación digital.
- » E-commerce.
- » Design Thinking.

» **LIDERAZGO**

El participante perfeccionará sus cualidades como líder, habilidades en gestión de personas y gestión del talento. El objetivo es que se desarrolle el compromiso y unidad en sus colaboradores mediante el entendimiento de sus motivaciones y aspiraciones personales, relacionados con las metas de la empresa.

» **FINANZAS**

Se analizarán los más importantes KPIs financieros de las empresas a través de la comprensión y entendimiento de sus Estados Financieros y sus principales ratios.

Se entenderá la dinámica financiera de los distintos sectores económicos y su impacto en la empresa a través del análisis del ciclo de caja o ciclo de conversión de efectivo.





CAMPOS DEL **CONOCIMIENTO**



TALLER DE **DESIGN THINKING**

El éxito comercial dependerá de la capacidad de la empresa para innovar y sorprender constantemente al cliente. Este taller permitirá diseñar propuestas innovadoras, así como soluciones muy creativas poniendo foco en los problemas que enfrentan nuestros clientes y atendiendo sus necesidades.

En este taller se abordará desde una perspectiva estratégica de creación de valor a través de la innovación.



OBJETIVOS DEL TALLER

- 1** Foco en el cliente: conocer de manera más profunda su comportamiento e interacción con el producto o servicio que ofrecemos.
- 2** Identificar y definir problemas reales.
- 3** Construcción y desarrollo de propuestas innovadoras y creativas.
- 4** Entendimiento y manejo de equipos ágiles.





CAMPOS DEL **CONOCIMIENTO**



TALLER DE **FUERZA DE VENTAS**

En entornos cada vez más competitivos y cambiantes, resulta crucial establecer estrategias que permitan el logro de objetivos y alcanzar los resultados previstos. En el programa desarrollaremos el taller de fuerza de ventas que incluye el diseño y dirección del equipo de ventas, los controles e incentivos, el relacionamiento con los clientes, identificación y análisis de nuevas oportunidades de negocios, así como la estrategia comercial.



OBJETIVOS DEL TALLER

- 1 Conocer y atender las necesidades de los clientes para generar una relación sólida.
- 2 Análisis de los cambios y las dinámicas del mercado, la competencia y los clientes para generar oportunidades e incrementar ventas.
- 3 Establecer estrategias que permitan un relacionamiento "clave" con los clientes.
- 4 Desarrollar y consolidar el trabajo del equipo de ventas.





CAMPOS DEL **CONOCIMIENTO**



TALLER DE **NEGOCIACIÓN**

Tal vez una de las competencias directivas más requeridas en los ejecutivos es aquella que llamamos “capacidad de negociación.” En estas sesiones, se buscará no solo dar el marco teórico de lo que es el manejo de una negociación, sino también ejercitar las capacidades de cada participante, utilizando las herramientas que usan los negociadores expertos y probando en negociaciones reales, el buen uso de los conceptos. Se hará una evaluación del perfil de cada participante como negociador para que se entrene mejor al momento de negociar.



OBJETIVOS DEL TALLER

- 1 Conocer mi perfil de negociador y reconocer el de mi oponente.
- 2 Saber manejarse en procesos de negociación con escenarios cooperativos o competitivos.
- 3 Conocer las principales reglas que rigen una negociación y que nos puedan asegurar su éxito a largo plazo.
- 4 Tener un modelo que nos permita preparar y conducir una negociación.

MÉTODO

En este taller de negociación de 5 horas, se combinarán clases teóricas con ejercicios que permitirá enfrentar al participante en situaciones simuladas de negociación.





CAMPOS DEL **CONOCIMIENTO**



TALLER DE **NETWORKING**

En un entorno empresarial dinámico, establecer relaciones estratégicas y fortalecer nuestra red de contactos es esencial. Este taller te permitirá conectar con directivos y empresarios de distintos sectores económicos de Perú y la región, todos con una amplia experiencia directiva.

Los participantes del programa podrán ampliar y consolidar su red profesional a través de reuniones grupales aleatorias y sesiones conjuntas con alumnos y egresados del PDC. Estas sesiones están diseñadas para generar espacios de intercambio donde se puedan compartir los retos comerciales y empresariales que enfrentan en el día a día.



OBJETIVOS DEL TALLER

- 1 Fomentar la creación de una red profesional sólida entre los participantes.
- 2 Generar oportunidades de negocio y construir relaciones valiosas a partir del programa
- 3 Identificar posibles clientes, colaboradores o socios estratégicos.
- 4 Reforzar las relaciones laborales existentes y fortalecer nuevas conexiones.





CLAUSTRO DE PROFESORES

Hemos convocado a un selecto grupo de profesores, directivos y referentes líderes, con amplio background académico y trayectoria profesional.



**Eduardo
Roncagliolo**

Director del área de Dirección General y Gobierno Corporativo del PAD. Director académico del Programa para Propietarios de Empresas del PAD. Director académico del Programa Ejecución de la Estrategia del PAD. Presidente del Directorio de Soprin; director independiente en Laboratorios Elifarma, Multitop, Generadora Electrica San Gaban; Comindustria, Clínica Javier Prado y consultor en estrategia y gobierno coporativo en diversas instituciones. Especialización en Value Creation por la IESE-Hardvard. MBA.



**Fabiola
Guerrero**

Directora del área Comercial del PAD. Directora académica de la Maestría en Dirección Comercial y del Programa de Dirección Comercial del PAD. Profesora del área de Dirección Comercial del PAD. Cuenta con más de 15 años de experiencia como consultora y asesora de empresas. MBA por IPADE Business School (México).



**Fernando
Pérez**

Director del área de Operaciones, Transformación Digital y Emprendimiento. Director académico del MBA, Director de los programas internacionales de Servicios, Supply Chain, Transformación Digital e Inteligencia Artificial. Director Gerente de FPL Consulting, asesor y consultor empresarial. Cuenta con formación en el Programa de Supply Chain por el MIT (EE.UU.), Programa de Inteligencia Artificial por el MIT (EE.UU.) y es MBA por el PAD.



**Fernando
Ruiz**

Director Académico del Máster para Ejecutivos MEDEX. Profesor del área de Dirección Financiera del PAD. Miembro del Board de Perúpetro. Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por el IESE Business School (España). Especialización en APPs y Concesiones por la Kennedy School of Government (Harvard University – United States) y en Economía del Petróleo (IFP Energies Nouvelles – Francia).



CLAUSTRO DE PROFESORES

Hemos convocado a un selecto grupo de profesores, directivos y referentes líderes, con amplio background académico y trayectoria profesional.



**José
Garrido-Lecca**

Presidente de la Junta Directiva en San Fernando. Director Grupo ISM, Director Grupo FarSimán-Centroamérica. Ha sido Director General del PAD, Chief Operating Officer en South Cone Trading. Ph.D. en Gobernanza y Cultura de las Organizaciones por la Universidad de Navarra (España). MSc por la Universidad de Navarra (España), MBA-Medex por el PAD. Miembro del Centro de Empresas Familiares y Familias Empresarias de UDEP.



**Juan Carlos
Pacheco**

Director académico del Programa de Competencias Directivas y Profesor del área de Gobierno de Personas en el PAD. Socio Fundador y Gerente General en Hadar Consulting. Doctor en Gobierno y Cultura de Organizaciones por la Universidad de Navarra (España). MBA por el PAD



**Julián
Villanueva**

Director del Departamento de Dirección Comercial del IESE Business School (España). Ha sido consultor de empresas en Telefónica, Grupo Santander, Bankinter, MasterCard, Nestlé y Nabisco. Ph.D. in Management (Marketing) por la University of California (Estados Unidos). MBA por el IESE Business School (España).



**Raúl
Gonzales**

Profesor del área de Dirección Comercial del PAD. Gerente General de Vistage. Director y asesor de empresas. MBA por el PAD.

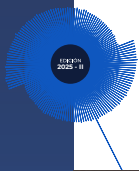


PAD ALUMNI



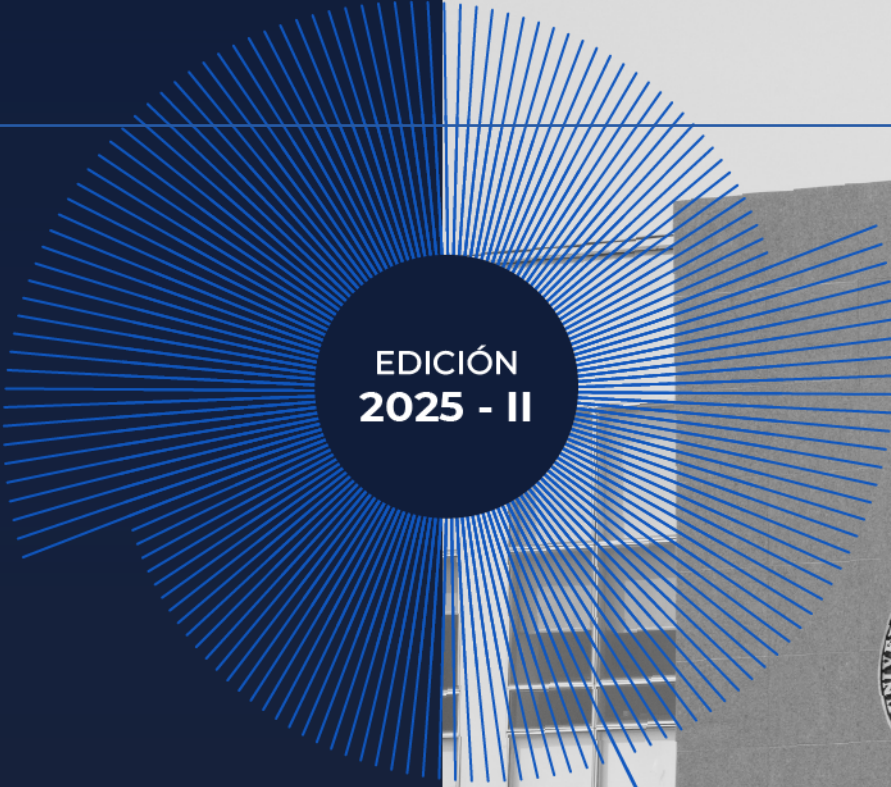
+ 10,000 Egresados

Porque la relación que mantenemos con nuestros alumnos trasciende las aulas, ya son más de 10 000 egresados, tanto del Perú como del extranjero, quienes conforman el PAD Alumni. La comunidad de nuestra casa de estudios tiene el propósito de ofrecer espacios de intercambio, donde sus miembros pueden compartir información, ideas y experiencias, además de profundizar en temas de actualidad empresarial.



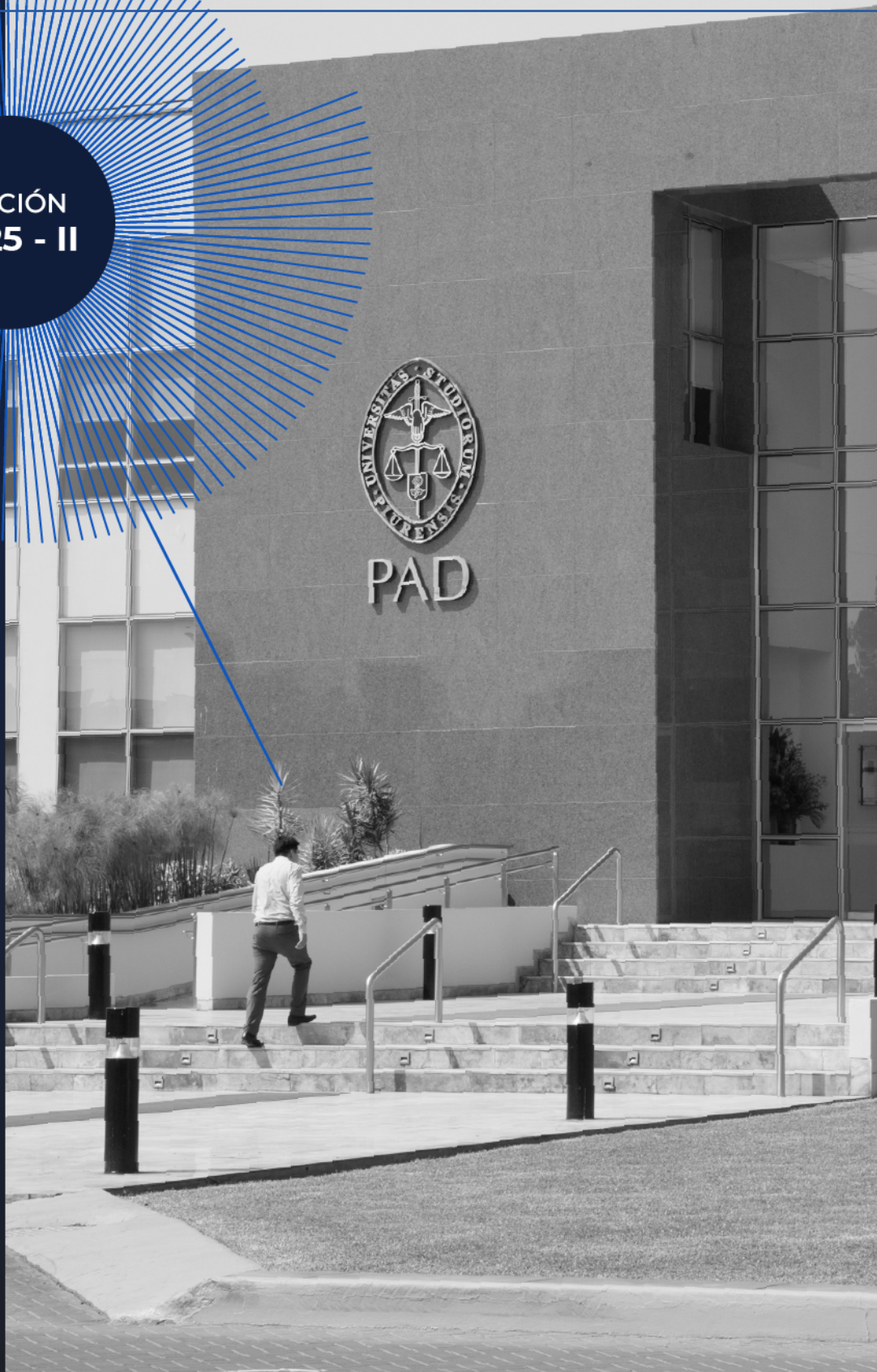
PROGRAMA DE DIRECCIÓN COMERCIAL





EDICIÓN
2025 - II

ACREDITADO POR:



www.pad.edu

CONTACTO:

 **ROSSANA FERNÁNDEZ**
 rossana.fernandez@pad.edu
 969 026 662 / (01) 2171200 - Anexo: 1331
 Jirón Aldebarán 160, Santiago de Surco