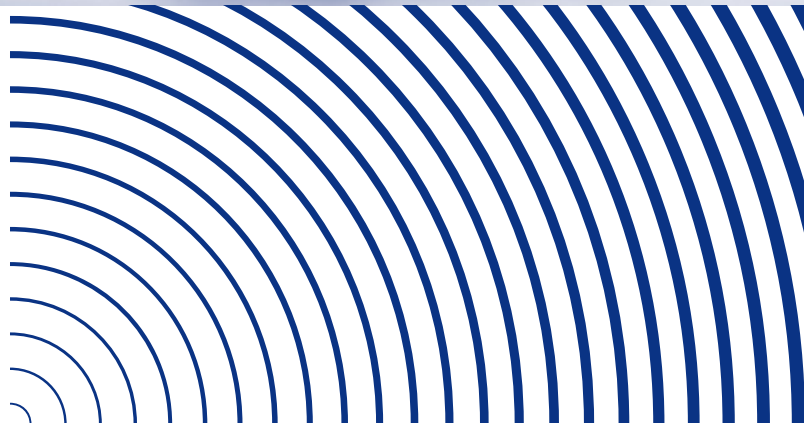




**Emprende
UP**
Universidad
del Pacífico



TALLER

GESTIÓN ESTRATÉGICA COMERCIAL

I. DESCRIPCIÓN DEL TALLER

Curso diseñado por el profesor Emilio Pérez de Armas en el que se presenta que las decisiones comerciales deben ser sustentadas con números pues es el único lenguaje común dentro de una organización. De esta manera se reduce el riesgo en la toma de las mismas pues las hipótesis se bajan a tierra con un argumento matemático y financiero. Lo que no se cuantifica no se mide, si no se mide no se evalúa y si no se evalúa no se mejora.

La gestión estratégica comercial comprende el ordenamiento coherente de conceptos acompañados de creatividad, persistencia y ética.

II. OBJETIVO DEL TALLER

Desarrollar la capacidad de analizar y formular estrategias apoyadas en números. El curso ha sido diseñado con el fin de compartir herramientas y plantillas de gestión con las que se trabaja consultorías comerciales.

Elaborar de manera muy práctica un plan estratégico comercial que combina distintos modelos con el fin de lograr un ordenamiento orgánico y sólido.

III. CONTENIDO

El participante contará con material digital teórico y práctico (plantillas en Excel para realizar diversos cálculos). La gestión estratégica comercial comprenden el ordenamiento coherente de conceptos acompañados de creatividad, persistencia y ética. El curso ha sido diseñado con el fin de compartir herramientas y



plantillas de gestión con las que se trabaja consultorías comerciales cuyo desenlace es elaborar de manera muy práctica un plan estratégico comercial que combina distintos modelos con el fin de lograr un ordenamiento orgánico y sólido.

UNIDADES DE APRENDIZAJE	UBICACIÓN DEL MATERIAL
UA1: Fundamentos de la gestión estratégica comercial	
Hacer del bien un negocio, tiempo-paciencia-prudencia	Power Point
Espacio para todos: cuadrado estratégico, posturas competitivas	
Ideas fuerza: autoreferencia, modelos de negocio, trilema, la importancia de los números, tipos de negocio, dimensiones de una marca/persona, ¿cómo surgen los negocios?, bienvenida a otras marcas, cotidianidad, sistema de marcas	Excel y Power Point
Mercado del consumidor	Power Point
Mercado de negocios	
Mercado de servicios	
Gestión de relaciones	
Gestión de experiencias	
UA2: Gestión estratégica de capital humano	
Liderazgo, roles y tarea	Excel
Personas, empresa y productividad	
UA3: Gestión estratégica responsable	
Impacto	Power Point
Desarrollo sostenible	
Criterio estratégico	
Campos de la responsabilidad social	



UNIDADES DE APRENDIZAJE

UBICACIÓN DEL MATERIAL

UA4: Gestión estratégica de investigación de mercados

Esquema y tipos de muestreo

Encuestas: zonas, manzanas, casas....

Niveles socioeconómicos y estilos de vida

Modelo de fuerzas comerciales (MFC)

Encuesta Vp (Valor del producto)

Encuesta Vc (Valor del canal)

Encuesta interna

Tabulación

Power Point y Excel

UA5: Gestión estratégica digital

Antes y hoy gracias a internet

Pilares de estrategia digital

Momento cero de la verdad

Atracción de usuarios: publicidad, remarketing, mailing

¿Web o landing page?

Rendimiento sobre la inversión online

Power Point

UA6: Gestión estratégica financiera

Ideas y ejemplos fuerza finanzas: conceptos generales, tipos y motivación en las finanzas, equilibrio en las finanzas, valor del dinero en el tiempo, interés simple y compuesto, valor presente, valor futuro, valor presente neto, valorización de empresas, TIR, período de recupero del capital

PBI y bono demográfico

Margen y rotación

Rentabilidad

¿Por qué quiebran las empresas?

Excel



UNIDADES DE APRENDIZAJE	UBICACIÓN DEL MATERIAL
Estructura económica y financiera	Excel
Balance general y balance financiero	
NCT (Necesidades de Capital de Trabajo)	
ROI-apalancam. financiero	
ROI de comunicación	
Punto de equilibrio	
El producto / servicio siempre va a estar asociado a: niveles, precio (valor, subir 1%, ventas de equilibrio, psicológicos), plaza y promoción, ¿cómo cuantificar una promoción?	Power Point y Excel
Dashboard ventas-marketing	Excel
Dashboard vendedores	
UA7: Gestión estratégica contable	
Resultado contable vs económico / costos relevantes	Excel
Descontinuar un producto (UEN)	
Reemplazar máquina	
Hacer o comprar	
Hacer o comprar con costo oportunidad	
Hacer con restricción de capacidad	
UA8: ¿Cómo hacer un plan estratégico comercial?	
Misión y valores	Power Point
Posicionamiento	
Ventaja competitiva	
Estimación de demanda	Power Point y Excel
Segmentación	
Matriz OPON (Oportunidades positivas, oportunidades negativas. Dashboard reantabilidad y equilibrio patrimonial): análisis situacional, Matriz BCG, Matriz Ansoff	Excel
Objetivos	
Estado de resultados, presupuesto y cronograma de promoción. Nuevo dashboard rentabilidad y equilibrio patrimonial	

IV. METODOLOGÍA DE LA ENSEÑANZA

Exposición teórica y ejemplos prácticos. No se repetirán los conceptos explicados en clase a las personas que lleguen tarde o no asistan a las sesiones. Se entregará constancia de participación si se asiste al 100% de las sesiones.

V. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS REFERENCIAS RECOMENDADAS

- STANTON, William J., ETZEL Michael y WALKER Bruce J. (2007). Fundamentos de Marketing. 14a. edición. México D.F. McGraw Hill Interamericana.
- RIES, Al y TROUT, Jack (2002). Posicionamiento. México D.F. Mc Graw Hill Interamericana.
- KOTLER, Philip. Dirección de Marketing. Capítulo 15.
- KOTLER, Philip. Dirección de Marketing. Fundamentos de Mercadotecnia. Capítulo 1. La mercadotecnia en un mundo cambiante: creación del valor y la satisfacción del cliente.
- KOTLER, Philip. Dirección de Marketing. Cuantificación y pronóstico de la demanda del mercado.
- ALET, Josep, (2000). 1ra edición. Perú. Empresa Editora El Comercio. Capítulo 1. Marketing relacional. Concepto y contenido.
- SCHMITT, Bernd H. (2002). 1ra edición. Perú. Empresa Editora El Comercio. Capítulo 1. De características y ventajas a experiencias de clientes.
- RIES, Al y TROUT, Jack (1994). La guerra de la mercadotecnia. México D.F. Mc Graw Hill Interamericana.
- LINDSTROM, Martin. Buyology. Verdades y mentiras de por qué compramos.



VI. DATOS DE FACILITADOR



EMILIO PÉREZ DE ARMAS

Profesor de la
Universidad del
Pacífico

Posgrado:

ITAE, ESCUELA DE NEGOCIOS
MBA Executive (2015).

MATERIABIZ, ESCUELA DE NEGOCIOS:

Programa integral en gestión de empresas / Máster en
negocios integral (2014 - 2015).

Programa aplicado en gestión de empresas / Máster en
negocios aplicado (2013 - 2014).

UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO:

Maestría en dirección de marketing y gestión comercial (2010
- 2012).

Pregrado:

UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO:

Licenciado en administración de empresas (2009).

Bachiller en administración de empresas con concentración
comercial (1992 - 1997).

ANTARA, CENTRO DE FORMACIÓN MUSICAL:

Bajo la instrucción de Don Jorge Madueño Romero. Teoría
general de la música, entrenamiento auditivo y rítmico, armonía
funcional, piano armónico, guitarra armónica (1998 - 2001).





Universidad del Pacífico
Pabellón H, Jirón Sánchez Cerro
2121, Jesús María

(+51 1) 219-0100 anexos 2119 o 2524

emprendeup.pe