

PROGRAMA INTENSIVO

DIRECCIÓN COMERCIAL DE ALTO IMPACTO

Desafiar la forma como abordamos, orquestamos y trabajamos actualmente las estrategias, equipos y relaciones comerciales, a través de un programa que busca proveer y fortalecer habilidades estratégicas comerciales ampliadas, un liderazgo comercial positivo, y una aproximación sólida con clientes y socios estratégicos, proporcionando herramientas prácticas para la gestión comercial eficiente.



OBJETIVOS

- Diseñar, liderar y ejecutar estrategias de ventas multifuncionales que impulsen el crecimiento comercial sostenible.
- Fortalecer las habilidades de liderazgo comercial enfocado en elementos relacionados con el desarrollo y motivación de los equipos de ventas.
- Proveer una mirada de la negociación con elementos transaccionales y relacionales que apuntan al desarrollo de una relación de largo plazo.

CONTENIDOS

1. ¿Estrategias de Venta o Estrategia Multifuncional?

- Diseñar estrategias de ventas efectivas y sostenibles basadas en una propuesta de valor única, que involucren al cliente y a diferentes áreas de la empresa de manera de fortalecer nuestro punto de diferenciación en el mercado.
- Identificar elementos para llevar la estrategia a la acción, a través de una gestión eficiente en forma multifuncional.
- Entender cómo construir, desplegar y sostener un plan de estratégico comercial.

Contenidos

- Modelo de estrategia "Playing to Win" y OGSM para tomar decisiones estratégicas claras y sostenibles.
- Diferencias entre estrategia y planificación. Mitos sobre lo que es y no es una buena planificación en el contexto actual.
- De la estrategia comercial aislada a la estrategia multifuncional ¿Por qué ventas no puede jugar sola? Enfoque de la estrategia multi-área.
- Definición de un plan de sociabilización de la estrategia (lograr Buy-in interno en las distintas áreas de la organización). Conexión de la estrategia con el sistema de gestión de desempeño, reconocimiento, evaluación, compensación.

2. Liderazgo Comercial al Servicio del Equipo

- Identificar el impacto de los incentivos económicos y los elementos más motivacionales en la gestión del equipo ¿Que funciona y que no?
- Introducir habilidades de liderazgo para inspirar, motivar y guiar equipos comerciales hacia el logro de objetivos organizacionales.
- Incorporar elementos de gestión para un equipo de ventas empoderado en el contexto de las nuevas generaciones.

Contenidos

- Habilidades de liderazgo para inspirar, motivar y guiar equipos comerciales hacia el logro de objetivos

organizacionales. Diferencia entre liderar y gestionar: cuándo usar cada rol.

- Modelo de motivación (Daniel Pink: autonomía, maestría y propósito). Inspirar con el propósito y los valores del equipo.
- Estilos de liderazgo y su impacto en equipos de ventas. Liderazgo situacional en ventas: adaptar el estilo según el vendedor y el contexto.
- Habilidades clave: comunicación empática, feedback constructivo, coaching comercial.

3. Desarrollo de Equipos de Venta de Alto Desempeño

- Identificar estrategias para desarrollar equipos efectivos de alto rendimiento que incluyan programa de formación, acompañamiento, gestión del desempeño.
- Identificar los elementos de un programa de reconocimiento, plan de compensación efectivo y desarrollo de carrera efectivo.

Contenidos

- Elementos para gestionar un equipo de ventas: Identificar el impacto de los incentivos económicos y los elementos más motivacionales en la gestión del equipo ¿Que funciona y que no?
- Motivadores no económicos: reconocimiento, propósito, desarrollo profesional, autonomía. Motivadores económicos: ¿Cuáles son los mejores modelos de incentivos en ventas? (Ejemplos)
- Cómo adaptar los incentivos a perfiles y generaciones distintas.
- Habilitar, desarrollar y sostener equipos de ventas de alto rendimiento (método y proceso).

4. ¿Negociar o Construir Relaciones Estratégicas?

- Entender la importancia de construir relaciones estratégicas de largo plazo que fertilizan los procesos de negociación.
- Identificar y balancear los elementos transaccionales y relacionales de una negociación, de acuerdo al contexto de la situación.
- Incorporar herramientas base de preparación para una

negociación efectiva y colaborativa o de beneficios mutuos.

Contenidos

- Modelo Harvard de negociación (enfoque de beneficios mutuos).
- Elementos clave para preparar una negociación: Objetivos y proceso de negociación. Elementos claves; Alternativas (BATNA); ZOPA; Transferibles/Deseables.
- Elementos de la negociación relacional: confianza, conexión, influencia: Persuasión e influencia desde la perspectiva de Robert Cialdini. Mi postura en la negociación (elementos emocionales); Autogestión emocional.
- El poder de las relaciones estratégicas como ventaja competitiva en negociaciones comerciales (networking efectivo).

5. Ganar a Través de la Gestión Comercial Eficaz

- Optimizar la planificación, ejecución y seguimiento de actividades comerciales para alcanzar metas específicas.
- Gestionar recursos y presupuestos comerciales de manera eficiente, alineando esfuerzos con los objetivos estratégicos de la organización.
- Construir un “drumbeat” efectivo para la gestión comercial.

Contenidos

- La brecha entre plan y ejecución; Foco vs. dispersión: herramientas de gestión para priorizar y alinear recursos; Matriz impacto-esfuerzo y matriz OGSM como herramientas prácticas; Aterrizaje estratégico trimestral y mensual: visibilidad, foco, ownership.
- El concepto de Drumbeat Comercial (según Derek Wellington); Cadencia operativa y rituales comerciales de alto impacto; Reuniones 1:1, war rooms, revisiones de pipeline, tableros de foco; Alineación de prioridades semanales y métricas clave (leading indicators)
- Diferencias entre “medir para controlar” vs. “medir para aprender” (o redirigir). Tableros de gestión: indicadores de ejecución vs. Impacto.

6. Maximizar las Ventas a Través de la IA

- Identificar cómo liberar tiempo, reducir tareas repetitivas y enfocar la energía comercial en lo que agrega valor.
- Analizar aplicaciones concretas de IA en distintos sectores y definir qué prácticas podrían escalarse al propio equipo.
- Desarrollar pensamiento estratégico sobre el uso de IA como habilitador de liderazgo comercial, incorporando elementos éticos.

Contenidos

- ¿Qué es IA y qué no es? (machine learning, IA generativa, copilotos); Niveles de madurez tecnológica; Casos cotidianos donde la IA ya convive con el gerente comercial; Principios de diseño y aplicación de IA en ventas.
- Automatización de tareas: reportes, CRM, propuestas, seguimiento; Herramientas: Salesforce Einstein, HubSpot IA, Copilot (Microsoft), ChatGPT; Lead Scoring, forecasting, asistentes virtuales; Cómo implementar quick wins en el equipo sin grandes inversiones.
- Toma de decisiones con IA: qué cambia, qué no; Ética, sesgos y límites: transparencia con los equipos y los clientes; Cómo impulsar la adopción desde el liderazgo.

DOCENTE



Lorena Sampayo Murillo

Ingeniero Civil Químico, Universidad Simón Bolívar (Venezuela), con Máster en Coaching Directivo y Liderazgo por la Universidad de Barcelona y Online Business School (España), Especialización en Marketing y Alta Gerencia por el IESA (Venezuela), Diplomado en Retail (UAI). Certificada como Coach Organizacional ACC, acreditada por ICF (Internacional Coaching Federation).

+25 años de experiencia en la industria de Consumo Masivo, Industrial y Consultiva, en áreas Comerciales/Marketing, y desarrollando equipos de alto desempeño en Empresas Multinacionales.

Actualmente socia y directora comercial de IGNEA GROUP, consultora dedicada a potenciar equipos de alto desempeño, que impactan resultados de negocio, instalando capacidades y gestionando cambios que implica la incorporación y adopción de nuevas habilidades y mentalidades.

ADMISIÓN

Dirección de Admisión

adireccion@fen.uchile.cl
+569 5015 9764

Duración: 24 h

Valor: 30 UF

Inicio: 09/04/2026

Término: 14/05/2026

Horario: Jueves 09:00 a 13:00 horas

Requisitos de Ingreso

Llenar **formulario** de postulación especial en el siguiente link.

[IR AL FORMULARIO](#)

¿POR QUÉ LA FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS DE LA U. DE CHILE?



Certificado

Los alumnos **recibirán un Certificado entregado por la FEN de la U. de Chile** que cuenta con la acreditación AACSB.



Ranking

Rankeada como la mejor Escuela de Negocios con sus programas de MBA en Chile y #4 en Latinoamérica, según América Economía.



Académicos

Con postgrado y experiencia ejecutiva relevante, altamente calificados, permitiendo combinar teoría y experiencia real.

NUEVA SEDE

El programa se realizará de forma presencial en la nueva sede del Departamento de Administración FEN Universidad de Chile.

Sede Las Condes

Piso 9, Edificio Génesis
Av. Apoquindo 6550
Las Condes
Región Metropolitana

Beneficios

- **Excelente conectividad**, ya que está ubicado en una de las avenidas más importantes de la ciudad de Santiago.
- El **edificio es asísmico** con disipadores de energía.
- Posee un **sistema de seguridad contra incendios** de primer nivel.
- **Disponibilidad de estacionamientos** para los profesionales que participen de los programas y parking público en el mismo edificio.



