



# Diplomado de KAM Retail & Pharma

100% ONLINE CON DOCENTE EN VIVO

*Lidera equipos de ventas con estrategia, visión y resultados.*

# Deja de vender, empieza a crear alianzas que generan valor y crecimiento.

Domina la gestión de clientes clave con el **Diplomado en Key Account Management Retail & Pharma**. En un mercado altamente competitivo, el retail y la industria farmacéutica exigen expertos capaces de generar impacto. Aprende las mejores estrategias para fidelizar clientes, optimizar cuentas y aprovechar oportunidades de crecimiento.

## Entonces, ¿Porqué es importante el diplomado?



### **Domina la gestión en mercados altamente regulados y en crecimiento:**

El sector farmacéutico ecuatoriano mueve más de \$1,500 millones anuales y está marcado por estrictas normativas y la creciente demanda de genéricos y biotecnológicos. Con este diplomado, aprenderás a navegar estos desafíos, optimizando la gestión de cuentas clave en un entorno altamente regulado.

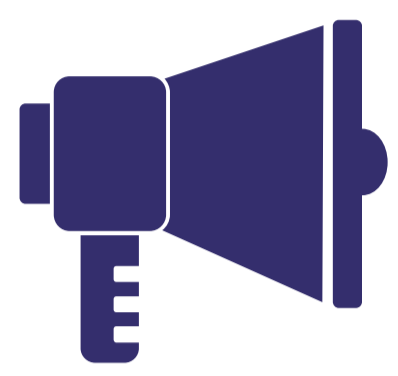


### **Aprovecha la digitalización y las nuevas tendencias del retail:**

El retail representa el 40% del PIB del comercio ecuatoriano, con un auge en e-commerce y estrategias de personalización. Este programa te dará las herramientas para adaptarte a las nuevas dinámicas del mercado, gestionar grandes cuentas y potenciar el crecimiento de marcas en un sector en plena transformación.



# Objetivo del diplomado



## Brindar herramientas y habilidades clave para:

Destacar en los sectores Retail y Pharma negociando estratégicamente, fidelizando clientes y maximizando rentabilidad. Usa datos, herramientas digitales y metodologías innovadoras para diferenciarte. Al final, aplica un plan de acción adaptado a tu entorno.

## ¿A quién está dirigido?

Profesionales que desean especializarse en la gestión de cuentas clave en los **sectores Pharma y Retail**, incluyendo:

- Ejecutivos de ventas y cuentas clave.
- Gerentes y directores comerciales enfocados en mejorar la fidelización y negociación.
- Emprendedores y consultores que buscan optimizar estrategias comerciales.
- Visitadores médicos y representantes comerciales en la industria farmacéutica.

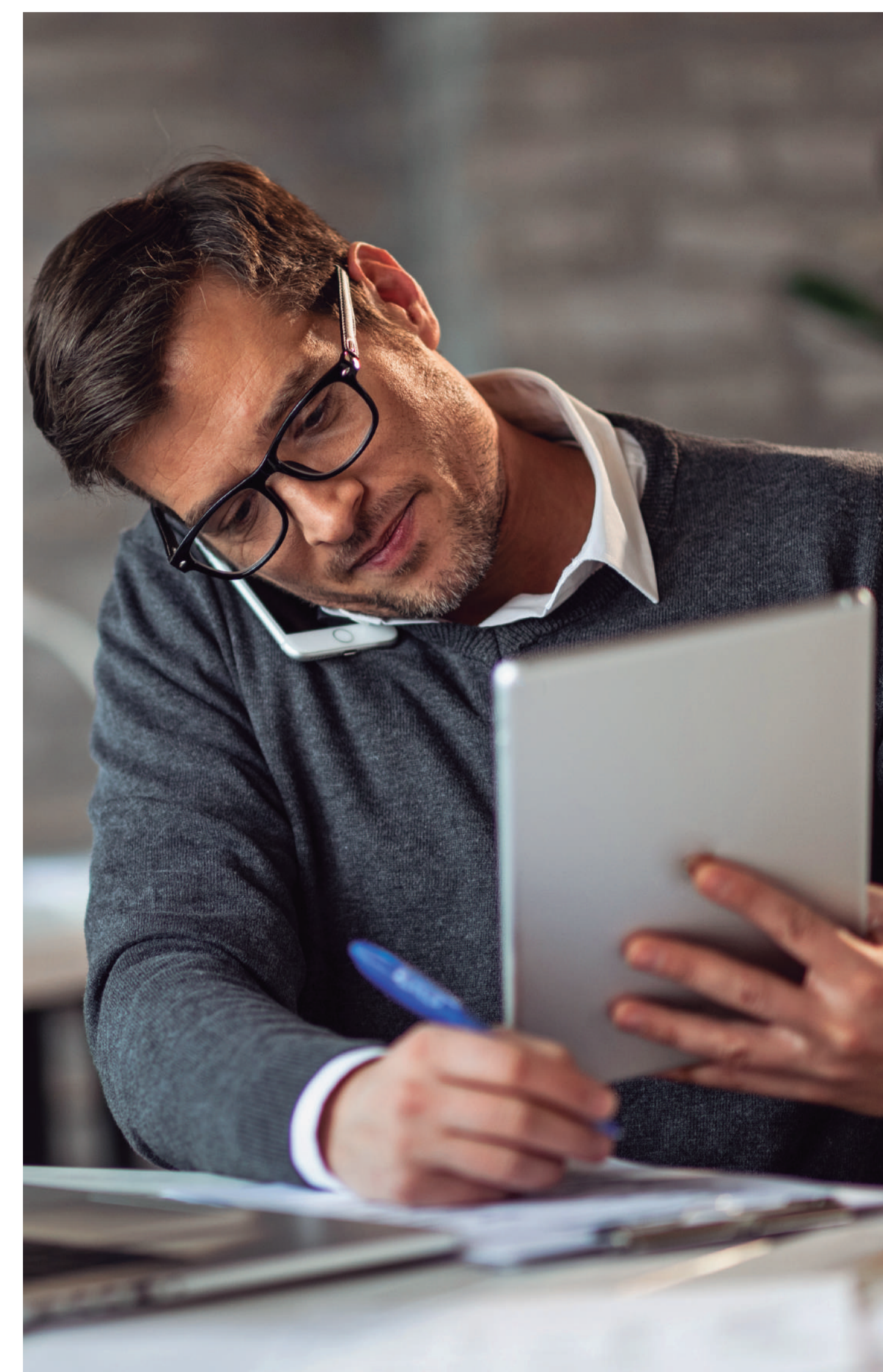


**Fortalece tu perfil profesional y lidera en Retail y Pharma.  
¡Hazlo hoy!**



# Metodología

Se desarrollará de manera **100% online con docente en vivo**, donde se contemple la duración total de 120 horas académicas que se desarrollará durante 8 semanas.



**Conéctate, capacítate y marca la diferencia.**  
**¡Reserva tu cupo!**



## Detalles del diplomado

- ✓ **Fecha de inicio:**  
26 de mayo del 2025
- ✓ **Duración:**  
8 semanas
- ✓ **Inversión:**  
585 USD
- ✓ **Horarios:**  
Lunes a miércoles de 19h30 a 22h00
- ✓ **Modalidad:**  
100% online con docente en vivo

## Aprobado el diplomado recibirás:

- ✓ Certificación en curso de Especialización expedida y Avalada por Corporación Fórum Ecuador.

# Claustro Académico

## Marcano Randi



### Gerente Nacional de Ventas Nestlé Ecuador (Actual)

Máster en Administración con mención en Finanzas - Universidad de Oriente

Especialista en Educación Superior - Universidad Politécnica Experimental Libertador

#### Experiencia laboral:

Key Account Manager Nacional en Nestlé Ecuador

Supervisor de Ventas Nacional en Nestlé Ecuador

Especialista en Ventas Nacional en Nestlé Ecuador

Coordinador Comercial Nacional en HACEB Ecuador

Jefe de ventas Sierra en QUALA (Bioexpert, Savital, Bonice, Suntea)

## Pablo A. Hernández Tinoco

### Coordinador Maestría Negocios Internacionales - PUCE

Magíster en Agronegociaciones Internacionales - UIDE

Magíster en Mercadotecnia - ESPE

Máster en Formación del Profesorado en Docencia e Investigación para la Educación Superior - UNED

Ingeniero Comercial - ESPE

#### Experiencia laboral:

Formador en el curso "Teaching Negotiation in the Organization" - Harvard University

Docente de las asignaturas "Negociación y Ventas" - PUCE

Docente de las asignaturas "Negociación" y "Negociaciones Internacionales" - UTE

# Esquema de contenidos

01

## Fundamentos del Key Account Management en Pharma & Retail

- Definición del rol del KAM pharma y retail
- Análisis del mercado farmacéutico y retail en Ecuador.
- Identificación y segmentación de cuentas clave.
- Desarrollo de relaciones comerciales estratégica

02

## Planificación estratégica para la gestión de cuentas clave

### Introducción a la planeación estratégica para KAM:

- El rol estratégico del KAM vs. el rol transaccional
- Por qué la planeación estratégica marca la diferencia: casos de éxito
- Marco conceptual: el ciclo de planeación estratégica comercial

### Análisis situacional de la cuenta clave:

- Herramientas de diagnóstico para cuentas clave
- Análisis FODA aplicado a cuentas estratégicas
- Mapeo del ecosistema de la cuenta: stakeholders y centros de poder

### Definición de objetivos estratégicos:

- Metodología SMART para objetivos comerciales
- Alineación de objetivos con la estrategia del cliente
- Balance entre objetivos financieros y de desarrollo de relación
- Ejercicio práctico: Definición de objetivos estratégicos para una cuenta

### Construcción de la propuesta de valor:

- Elementos clave de una propuesta de valor diferenciada
- Personalización de soluciones según necesidades del cliente
- Cuantificación del valor entregado
- Ejercicio práctico: Diseño de una propuesta de valor para una cuenta específica

### **Estrategias de crecimiento y expansión:**

- Estrategias de penetración en cuentas existentes
- Técnicas efectivas de cross-selling y up-selling
- Identificación de oportunidades de expansión
- Ejercicio práctico: Desarrollo de un mapa de oportunidades

### **Diseño del plan de acción táctico:**

- Estructura de un plan de acción efectivo
- Definición de actividades clave y responsabilidades
- Establecimiento de timelines y puntos de control
- Ejercicio práctico: Elaboración de un plan de acción trimestral

### **Implementación y gestión del plan:**

- Movilización de recursos internos para la ejecución
- Gestión de equipos multifuncionales
- Superación de barreras organizacionales comunes
- Ejercicio práctico: Simulación de reunión de coordinación interna

### **Medición de resultados y ajuste estratégico:**

- KPIs clave para el seguimiento de cuentas estratégicas
- Herramientas de seguimiento y control
- Business reviews efectivos con el cliente
- Ejercicio final: Diseño de dashboard de seguimiento

## **03**

### **Gestión relacional B2B**

#### **Fundamentos de la gestión relacional B2B:**

- Evolución del enfoque transaccional al relacional en entornos B2B
- Impacto financiero de las relaciones comerciales duraderas: métricas y casos de éxito
- Marco conceptual: ecosistema relacional B2B y su ciclo de vida
- Diferencias clave entre gestión de cuentas tradicional y gestión relacional

#### **Análisis estratégico del cliente B2B:**

- Herramientas de mapeo del ecosistema del cliente corporativo
- Análisis de la cadena de valor y puntos de dolor del cliente
- Identificación de drivers estratégicos y kpis relevantes para el cliente
- Metodologías para evaluación de potencial relacional

### **Mapeo y gestión de stakeholders:**

- Identificación y clasificación de stakeholders clave en organizaciones B2B
- Análisis de perfiles decisores: motivaciones explícitas e implícitas
- Estrategias de influencia adaptadas a diferentes tipologías de stakeholders

### **Comunicación estratégica y gestión de valor:**

- Desarrollo de narrativas de valor adaptadas al cliente B2B
- Técnicas de comunicación consultiva y escucha estratégica
- Estructuración de business reviews de alto impacto
- Cuantificación y comunicación efectiva del valor entregado

### **Desarrollo y expansión relacional:**

- Estrategias de expansión horizontal y vertical en cuentas B2B
- Técnicas de cross-selling y up-selling consultivas
- Desarrollo de planes de crecimiento relacional por etapas
- Identificación y superación de cuellos de botella relacionales
- Simulación: conversación de exploración de nuevas oportunidades

### **Gestión de crisis y fortalecimiento relacional:**

- Identificación temprana de señales de deterioro relacional
- Protocolos de intervención ante crisis comerciales
- Técnicas de recuperación de confianza y reposicionamiento
- Transformación de problemas en oportunidades de fortalecimiento

### **Cierre y plan de acción:**

- Síntesis de aprendizajes clave
- Desarrollo de plan de acción personal a 30-60-90 días
- Recursos adicionales y comunidad de práctica
- Evaluación final y cierre



**Fundamentos del trade marketing estratégico:**

- Evolución del Trade Marketing: de táctico a estratégico
- Integración del Trade Marketing en la gestión de cuentas clave
- El rol diferencial del KAM en la estrategia de Trade Marketing
- Impacto del Trade Marketing en métricas comerciales clave

**Shopper & consumer insights para KAM:**

- Diferencias entre consumidor y shopper: implicaciones estratégicas
- Metodologías de investigación del shopper adaptadas a cuentas clave
- Customer journey y puntos de contacto críticos
- Análisis de datos y extracción de insights accionables

**Category management colaborativo:**

- Fundamentos de Category Management para KAMs
- Desarrollo de roles de categoría por cuenta/canal
- Estrategias de colaboración en gestión de categorías
- Análisis de surtido y optimización del portafolio

**Ejecución y visibilidad en el punto de venta:**

- Estrategias de visibilidad y exhibición diferenciadas por canal
- Planificación de espacio y optimización de planogramas
- Materiales POP y activación en punto de venta
- Medición de calidad de ejecución y estándares de excelencia

**Promociones y activaciones trade de alto impacto:**

- Arquitectura promocional estratégica vs. táctica
- Diseño de promociones basadas en insights del shopper
- Planificación calendario promocional integrado con el cliente
- Evaluación de ROI promocional y optimización

**Implementación y gestión de planes de trade marketing:**

- Desarrollo de planes de Trade Marketing por cuenta
- Presupuestación y asignación eficiente de recursos
- Indicadores clave de desempeño (KPIs) y sistemas de seguimiento
- Gestión de equipos multifuncionales para ejecución

## 05

### Marco regulatorio y licitaciones en la industria farmacéutica

- Legislación ecuatoriana y regulaciones sanitarias aplicables.
- Procesos de licitación y estrategias para participación en compras públicas.
- Análisis de contratos y negociación en entornos regulados.
- Cumplimiento normativo en la gestión de cuentas clave.

## 06

### Liderazgo y desarrollo de equipos de alto desempeño

- Construcción y gestión de equipos comerciales efectivos.
- Desarrollo de habilidades de liderazgo para KAM.
- Estrategias de comunicación y motivación de equipos.
- Evaluación del desempeño y gestión del talento en ventas.

## 07

### Negociaciones estratégicas de cuentas clave

#### **Fundamentos del método Harvard de negociación:**

- Los cuatro principios fundamentales del Método Harvard:
- Diferencia entre negociación posicional y negociación basada en principios
- El concepto de BATNA (Mejor Alternativa a un Acuerdo Negociado) y su relevancia estratégica
- La zona de posible acuerdo (ZOPA): identificación y expansión

#### **Desarrollo de valor compartido:**

- Marco de preparación de 7 elementos del Método Harvard

#### **Preparación estratégica de la negociación:**

- Técnicas para ampliar el pastel: creación vs. distribución de valor
- Identificación de monedas de cambio no evidentes
- Diseño de paquetes y acuerdos multivariable
- Uso estratégico de preguntas para descubrir intereses
- Técnicas de brainstorming estructurado
- Desarrollo de propuestas de valor compartido
- Análisis post-acuerdo: ¿Se dejó valor sobre la mesa?

### **Gestión de dinámicas difíciles:**

- Reconocimiento y neutralización de tácticas de presión
  - Gestión de negociadores difíciles y situaciones de alta tensión
  - Respuestas estratégicas a ultimátums y amenazas
  - Superación de impasses y bloqueos
  - Manejo de desbalances de poder
  - Técnicas de comunicación para momentos críticos
- El "ir al balcón": autocontrol en momentos de presión

### **Implementación y seguimiento de acuerdos:**

- Documentación eficaz de acuerdos: claridad y precisión
- Diseño de mecanismos de monitoreo y cumplimiento
- Establecimiento de protocolos de revisión periódica
- Gestión de incumplimientos y desviaciones
- Renegociación constructiva de términos cuando sea necesario
- Integración de acuerdos en la estrategia general de cuenta

## **Métodos de pago**

**¡Tu momento es ahora comienza con una inversión inteligente!  
¿Deseas matricularte?**



### **INVERSIÓN:**

585 USD

Pago en efectivo, depósito, transferencia o corriente tarjeta de crédito.

### **DIFERIDO A:**

12 cuotas de 60 USD

Inversión de 720 USD

6 cuotas de 115 USD

Inversión de 690 USD

Difíerelo con las siguientes tarjetas de crédito:

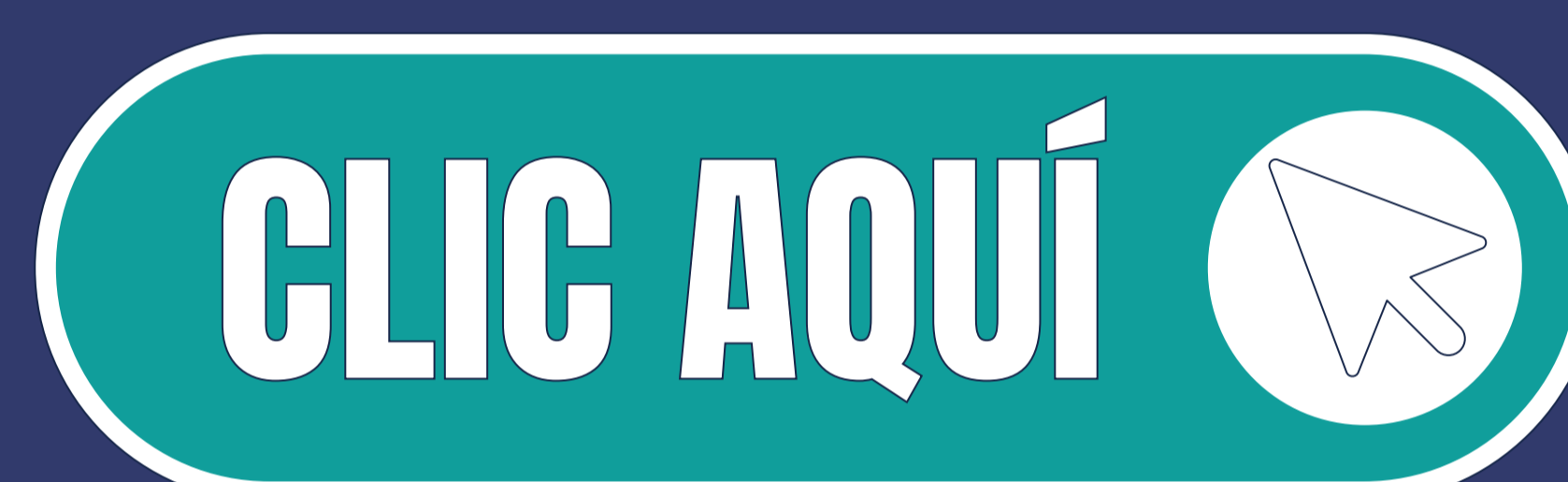


## Datos de cuenta para depósitos o transferencias:

**Destinatario:** Forum Ecuador  
**Ruc:** 1792122201001  
**Banco:** Pichincha corriente # 3386334304  
**Email:** operaciones1@forumecuador.com



**Comunícate con un asesor AHORA:**



**Teléfono oficina:** 02 255 5296

**Ubicación oficina:** Av. Francisco de Orellana  
E9-195 y 6 de Diciembre,  
Edificio Alisal de Orellana  
PB-01, Quito, Ecuador