

Programa en Dirección Comercial y Ventas

Objetivos

“Dotar a directivos y responsables comerciales de una **visión estratégica, integrada y actualizada** de la **Dirección Comercial y de Ventas**, adaptada a las particularidades del **sector industrial (B2B)** y del **sector alimentario de gran consumo**, capacitándolos para **diseñar, liderar y ejecutar modelos comerciales rentables y sostenibles**”

Introducción

En el contexto actual, caracterizado por mercados altamente competitivos, clientes más informados y una creciente presión sobre los márgenes, la Dirección Comercial se ha convertido en una **función estratégica clave para el crecimiento y la rentabilidad de las organizaciones**.

Hoy ya no basta con vender más: es imprescindible **definir una estrategia comercial clara, priorizar oportunidades, gestionar eficazmente los canales y liderar equipos comerciales de alto rendimiento**.

La Dirección Comercial actúa como el **nexo entre la estrategia corporativa y el mercado**, integrando marketing y ventas para transformar las necesidades del cliente en resultados de negocio sostenibles.

Las empresas que apuestan por **directivos comerciales profesionales, con visión estratégica y capacidad de ejecución**, son las que logran diferenciarse, crecer de forma rentable y adaptarse con éxito a un entorno en constante cambio.

Estructura del Programa

- Duración del programa: 16h + 8h
- 2 Sesiones transversales + 1 sesión de carácter sectorial
- Formato presencial
- 25 Participantes aprox.
- Metodología experiencial y participativa
- Campus virtual

OBTENCIÓN DE CERTIFICADO CORPORATIVO
EADA – CAMARA DE COMERCIA DE CIUDAD REAL



DISEÑO DEL PROGRAMA

Se propone a los participantes un diseño de programa que favorezca el desarrollo de sus habilidades y les ofrezca herramientas útiles para implementar en su día a día en su rol de directivos del área comercial, pasando a ser arquitectos del crecimiento de las organizaciones

DIRIGIDO A

Director de Marketing y Director Comercial
Gerentes y Directores Generales
Propietarios de empresas familiares y empresarios
Responsables de Exportación
Responsables de Marketing



MÓDULO 1

ESTRATEGIA COMERCIAL Y DIRECCIÓN DE VENTAS

Experto: Víctor Moliner Mosquera

En este modulo se alineará la estrategia corporativa de la organización con el área de comercial y de ventas, modernizando el rol del director comercial que pasa a convertirse en un arquitecto del crecimiento empresarial.

Se identificarán cuales son las mejores estrategias para hacer crecer la organización.

- Interiorizar el nuevo rol del director comercial de gestor de ventas a arquitecto del crecimiento de la organización
- Obtener una visión global de la organización y, desde esta, saber definir una estrategia comercial adecuada y alineada
- Identificar los diferentes modelos *Go To Market* (canales, partners, distribuidores,...)
- Desarrollar una buena planificación y control de la actividad comercial

MÓDULO 2

LIDERAZGO Y EXCELENCIA EN VENTAS

Experto: Juan Jose Tordera

La excelencia en ventas no es el resultado exclusivo del talento individual, sino de un liderazgo sólido, una organización bien diseñada y una cultura orientada a la ejecución y a los resultados.

Este módulo aborda las competencias esenciales para liderar equipos comerciales de alto rendimiento, optimizar la estructura y los procesos de ventas, y desarrollar una fuerza comercial profesional, motivada y alineada con los objetivos del negocio.

El foco se sitúa en pasar de la gestión operativa al liderazgo efectivo, impulsando la disciplina comercial, la responsabilidad por resultados y la mejora continua.

- Mejorar y optimizar la organización comercial con estructuras modernas y eficientes
- Gestionar de forma eficiente la actividad comercial del equipo
- Desarrollar la capacidad de gestionar el talento comercial de un equipo para llevarlo al alto rendimiento
- Desarrollar el liderazgo comercial para motivar a los equipos con una óptima dirección por objetivos.
- Incrementar los resultados de los equipos comerciales a partir del coaching comercial

MÓDULO 3

DIRECCIÓN COMERCIAL Y VENTAS EN EL SECTOR INDUSTRIAL

Experto: Víctor Moliner Mosquera

La Dirección Comercial en el sector industrial se enfrenta a un entorno caracterizado por procesos de compra complejos, ciclos de venta largos y una creciente presión sobre la rentabilidad.

Los clientes industriales demandan hoy soluciones integrales, alto conocimiento técnico y una clara aportación de valor económico, más allá del producto o del precio.

En este contexto, el éxito comercial depende de la capacidad de la dirección para gestionar grandes cuentas estratégicas, coordinar equipos técnico-comerciales y liderar procesos de venta consultiva, donde la confianza, la diferenciación y la generación de valor a largo plazo son claves.

- Desarrollar estrategias de venta consultiva y de valor, más allá del precio y el producto.
- Gestionar eficazmente grandes cuentas y clientes estratégicos mediante modelos de Key Account Management.
- Mejorar la rentabilidad de proyectos industriales a través de una correcta gestión del pricing y la negociación.
- Integrar marketing y ventas en entornos B2B para una generación de demanda más eficaz.

MÓDULO 4

DIRECCIÓN COMERCIAL Y MARKETING EN GRAN CONSUMO ALIMENTARIO

Experto: Juan Jose Tordera

El sector del gran consumo alimentario opera en un entorno de alta competencia, fuerte concentración de la distribución y márgenes ajustados, donde la excelencia en la ejecución comercial es tan importante como la estrategia.

Las decisiones de compra se producen en un ecosistema complejo en el que intervienen fabricantes, distribuidores, retailers y consumidores finales.

En este escenario, la Dirección Comercial debe ser capaz de equilibrar volumen, rentabilidad liderando negociaciones exigentes con las cadenas de distribución y asegurando una ejecución impecable en el punto de venta.

- Comprender el ecosistema del gran consumo alimentario y el rol de cada actor en la cadena de valor.
- Diseñar estrategias comerciales adaptadas a grandes distribuidores, canales y formatos.
- Liderar negociaciones complejas con cadenas de distribución, equilibrando volumen, margen y visibilidad.
- Gestionar eficazmente trade marketing, promociones y ejecución en punto de venta.
- Tomar decisiones de marketing basadas en datos de consumidor, shopper y rentabilidad.

Expertos del Programa

Víctor Moliner



Diplomado en Dirección General de Empresas y en Dirección de Marketing por EADA y en el Programa de Desarrollo Directivo de IESE.

Ha impartido formación In Company en un gran número de empresas como Basf, Nestle o Abertis Telecom. Director General de la empresa CoreTarget Consulting.

Sus áreas de especialización son Estrategia, Marketing Estratégico e Interno, Política de Distribución, Política de Precios y Ventas.

Actualmente es Director de Proyectos Corporativos en EADA.

Expertos del Programa

Juanjo Tordera



Tiene un MBA por IESE, un Master en Neuroleadership por el Neuroleadership Institute, licenciado en Ciencias Empresariales por la Universidad de Valencia y ha realizado estudios internacionales en Administración y Dirección de Empresas en la Aarhus School of Business (Dinamarca).

Juanjo es el Coordinador del programa Sales Coaching de EADA. Es consultor, facilitador y coach especializado en Sales Coaching y liderazgo comercial.

Durante más de 20 años ha tenido la oportunidad de colaborar en proyectos en empresas como Novartis, Boehringer Ingelheim, Bayer, Loewe, Bvlgari, Guerlain, Dior, Revlon, EssilorLuxottica, KPMG, Heineken, DAMM, González Byass, Aquaservice, Bonduelle, Grupo El Pozo, BBVA, Allianz, Santalucía, Zurich, Mapfre, Porcelanosa, Endesa, Naturgy, Gamesa, Vocento, Fundación ONCE, entre otras.

Acreditaciones



La EFMD (European Foundation for Management Development), un reconocido organismo de acreditación cuyo objetivo es aumentar los estándares de la formación ejecutiva en todo el mundo, concede la acreditación EQUIS.



La Association of Chartered Certified Accountants (ACCA) ha concedido una acreditación con 5 años de vigencia al Master Internacional en Contabilidad y Finanzas de EADA.



La Association of MBAs (AMBA) es la autoridad imparcial internacional en todo lo relativo a la formación de negocios de postgrados, y su objetivo es aumentar la calidad de la formación ejecutiva y calificar los programas MBA en el Reino Unido y Europa.



La Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Cataluña, AQU Catalunya, es el principal instrumento para la promoción y la evaluación de la calidad en el sistema universitario catalán. AQU Catalunya tiene como objetivo la evaluación, la acreditación y la certificación de la calidad en el ámbito de las universidades y de los centros de enseñanza superior de Cataluña (enseñanzas, profesorado, centros y servicios).



CFA Institute

El Institut CFA es una asociación global de profesionales en inversión. La organización ofrece las certificaciones y designaciones como Analista Financiero Certificado, el Certificado de Medición del Rendimiento de Inversiones; así como el Certificado de Inversión Claritas.



La International Coaching Federation (ICF) establece unos estándares exigentes y reconocidos internacionalmente en el sector para el ejercicio de la profesión, así como para la formación en coaching. Estos estándares contribuyen a definir un marco de referencia para la praxis y capacitación profesional basados en el dominio de unas competencias clave y el cumplimiento de un código ético.

Rankings

EADA está presente en los *rankings* académicos internacionales de mayor reconocimiento. Estas son las últimas posiciones:

BETTER WORLD RANKING MBA DE CORPORATE KNIGHTS

- #23 del mundo
- #1 de España

Entre los mejores MBA basado en la sostenibilidad y la diversidad de género y etnia del profesorado.



FINANCIAL TIMES

- **19ª** Escuela de Negocios del mundo en **Executive Education Open Programmes** (Financial Times, 2024)
- **39ª** Escuela de Negocios del mundo en Executive Education **Custom Programmes** (Financial Times, 2024)
- **100º International MBA** del mundo (Financial Times, 2025)
- **41º Master in Finance** del mundo (Financial Times, 2024)
- **36º Master in Management** del mundo (Financial Times, 2024)
- **99º Executive MBA** del mundo (Financial Times, 2024)
- **27º** Escuela de Negocios de **Europa** (Financial Times, 2024)



Ratings

EADA se destaca en el Positive Impact Rating, que mide el impacto positivo de las escuelas de negocios y su rol como mejores escuelas de negocio PARA el mundo.

POSITIVE IMPACT RATING FOR BUSINESS SCHOOLS

EADA está entre las Mejores Escuelas de Negocios PARA el mundo en la categoría Transforming Schools (nivel 4). Positive Impact Rating For Business School – Junio 2024.

DE SER LAS MEJORES DEL MUNDO A SER LAS MEJORES PARA EL MUNDO

El Positive Impact Rating mide cómo las escuelas de negocios contribuyen a resolver desafíos sociales mediante la dinamización de la escuela y su cultura, formando líderes responsables y siendo una institución ejemplar.



Campus Virtual

En el EADA Virtual Campus, el participante dispone de un entorno virtual con acceso al calendario de sesiones, las presentaciones, así como una selección de recursos especializados (vídeos, notas técnicas, artículos, ebooks, etc.), así como actividades y tests de consolidación de conceptos, para garantizar una correcta preparación de las sesiones presenciales.

A través del Aula Virtual, el equipo docente propicia espacios de debate en formato asíncrono, en los que se estimula el pensamiento crítico y la puesta en común de experiencias. De esta manera facilita la construcción de nuevo conocimiento por parte del participante, dirigido a dar respuestas a las problemáticas empresariales actuales.

Al mismo tiempo, gracias al uso de herramientas colaborativas para el trabajo en equipos virtuales, se potencia el desarrollo de competencias digitales que le ayudarán en su entorno profesional.

