



# Diplomado de KAM Retail & Pharma

100% ONLINE CON DOCENTE EN VIVO

*Transformamos cuentas clave, en alianzas estratégicas.*

# 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 retail y pharma**, incluyendo:

- Ejecutivos de ventas y cuentas clave.
- Gerentes y directores comerciales
- Emprendedores y consultores
- Visitadores médicos y representantes comerciales.

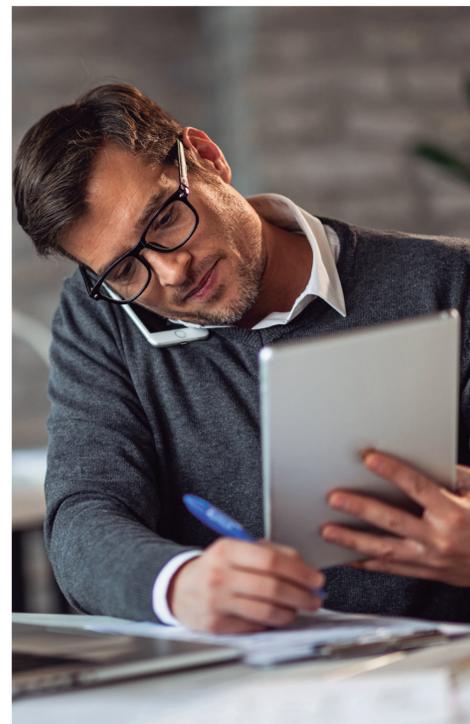


**Fortalece tu perfil profesional y lidera en Retail y Pharma.  
¡Hazlo hoy!**



# 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.



**65** Horas acad.  
Tutoriadas

**55** Horas acad.  
autónomas

**120** Total de  
horas acad.

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

**CONTÁCTANOS**



## Detalles del diplomado

✓ **Fecha de inicio:**  
26 de mayo del 2025

✓ **Duración:**  
8 semanas

✓ **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

## **Karen M. Ante Vargas**



### **Customer Development Management Costa - Unilever (actual)**

Licenciatura en Marketing Gerencial - Universidad Espíritu Santo

Tecnóloga En Marketing Con Mención En RRPP - Tecnológico Espíritu Santo

#### **Experiencia laboral:**

Food Service National Sales Coordinator - Unilever (Bonella)

Customer Development Representative Food Service - Unilever (Bonella)

KAM Industrial B2B - Basesur Corp

KCP Sales Executive Jr - Kimberly Clark Professional S.A

Trainee de Retail Marketing Canal Tradicional - Colgate Ecuador S.A

Analista de Trade Marketing Junior - La Universal S.A

## **Francisco I. Moscoso Toquica**

### **Docente (actual) a nivel de maestrías y pregrado**

Doctorado en Administración - Universidad Nacional de Rosario

Maestría en Administración de Empresas, especialidad Marketing - ESPE

Ingeniero comercial - ESPE

#### **Experiencia laboral:**

Docente Maestría en Marketing - Universidad Técnica de Ambato

Docente Maestría en Administración de Empresas - PUCE sede Esmeraldas

Docente Maestría en Administración de Empresas - PUCE sede Ambato

# Clemente E. Mancheno Vinueza

---

## **Jefe Regional de Ventas (actual) - RRP GOLDEN**

MBA en Business Intelligence y Big Data - Instituto Europeo de Posgrado

Ingeniero Comercial - Universidad Interamericana del Ecuador

Tecnólogo en marketing y publicidad - ESPE

Magíster en Gestión Empresarial - UTPL

### **Experiencia laboral:**

Representante Línea Institucional Sierra - Austro (Onco-urología) - Medicamenta Ecuatoriana

Ejecutivo Médico y Acceso (Oncología-Hematología) - Roche Ecuador

Representante línea Hospitalaria Inmunología, Pediatría y VIH, Región Sierra - Laboratorios ABBVIE

# 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

# Inversión del diplomado

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



¡Aprovecha AHORA!

ANTES: ~~720~~<sup>USD</sup> - 24% = **547**<sup>USD</sup>

Tarjeta de crédito (Hasta 6 meses SIN intereses): **547**<sup>USD</sup>

Transferencia bancaria: **497**<sup>USD</sup>

Difíerele 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:**

**CONTÁCTANOS**



**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

[www.forumecuador.com](http://www.forumecuador.com)