



Canales de Comunicación, E-commerce y Marketing Digital

Objetivo: Comprender la importancia de los canales de comunicación y venta en el modelo Canvas, especialmente en contextos de baja digitalización, y proponer estrategias iniciales de marketing digital y e-commerce adaptadas a emprendimientos reales.

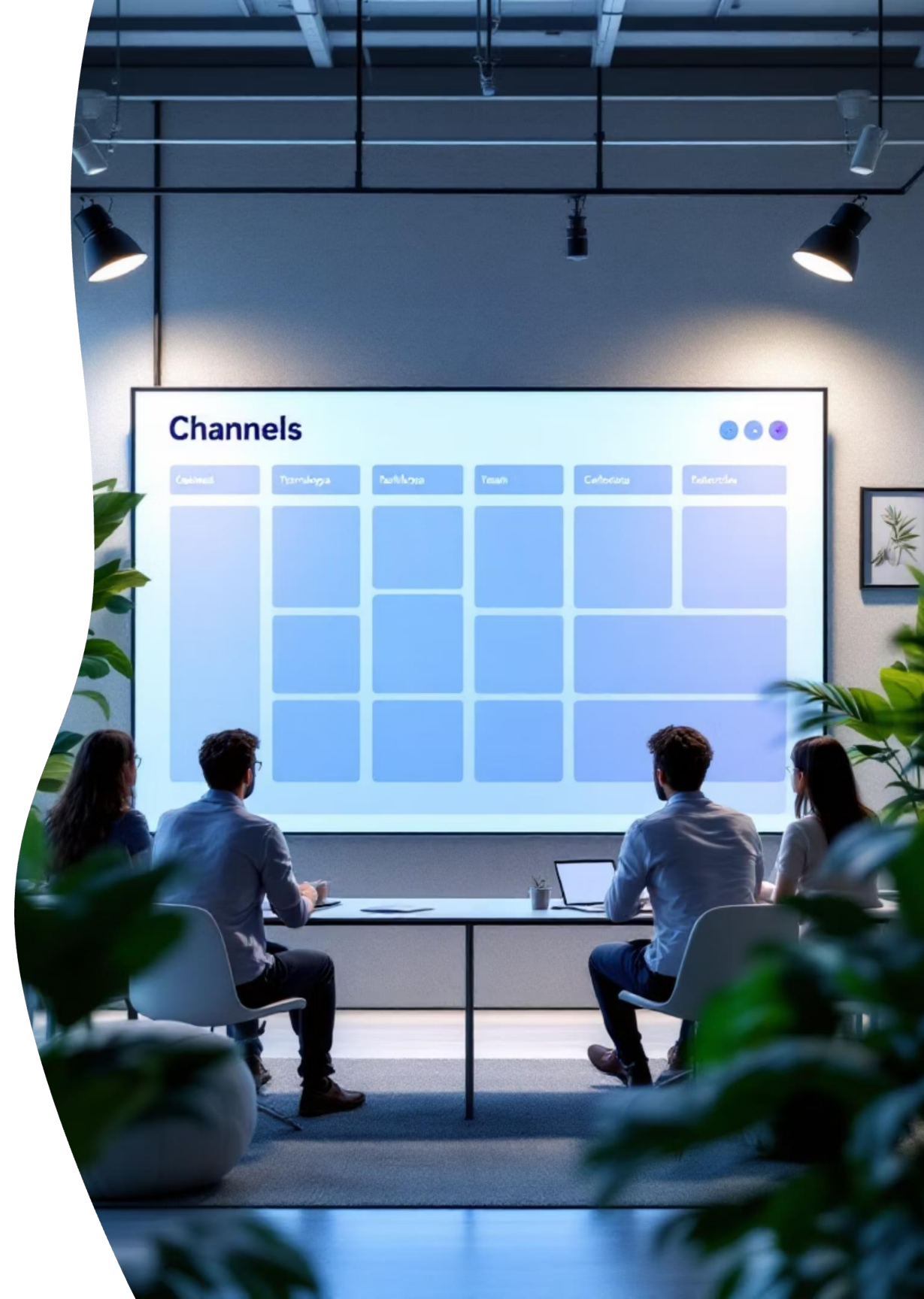
¿Qué Son los Canales en el Modelo Canvas?

Definición

Los canales son los medios a través de los cuales la propuesta de valor **llega al cliente**. Incluyen comunicación, distribución, venta y postventa.

Pueden ser **físicos** (feria, local, puerta a puerta) o **digitales** (redes, e-commerce, aplicaciones).

❓ **Pregunta Clave**
¿Tu cliente puede encontrarte, entenderte, contactarte y comprarte fácilmente?



Las 5 Fases de los Canales

Según Osterwalder (2019), los canales efectivos deben cubrir estas etapas fundamentales:

01

Conciencia

¿Cómo se enteran de ti? Visibilidad y presencia en el mercado

02

Evaluación

¿Cómo comparan tu producto? Información clara y testimonios

03

Compra

¿Cómo pueden adquirirlo? Proceso sencillo y confiable

04

Entrega

¿Cómo llega a sus manos? Logística y distribución efectiva

05

Postventa

¿Cómo los acompañas luego? Seguimiento y fidelización

Diagnóstico de Digitalización

Evalúa el nivel digital de tu negocio con estas variables clave:

1

Redes Sociales

¿Tienes perfiles activos y actualizados en plataformas relevantes?

2

Catálogo Digital

¿Manejas WhatsApp Business o ventas por mensajería?

3

Pagos Digitales

¿Aceptas transferencias, tarjetas o billeteras electrónicas?

4

Visibilidad Online

¿Apareces en Google, mapas o directorios digitales?



Semáforo de Digitalización

Verde: Cumple 3-4 criterios **Amarillo:** Cumple 2 criterios **Rojo:** Cumple 0-1 criterios



E-commerce en 4 Niveles Simples

Escalabilidad progresiva para emprendimientos de entrada:

WhatsApp Business + Catálogo

Herramientas gratuitas para mostrar productos y recibir pedidos de forma organizada

Instagram + Link de Pago

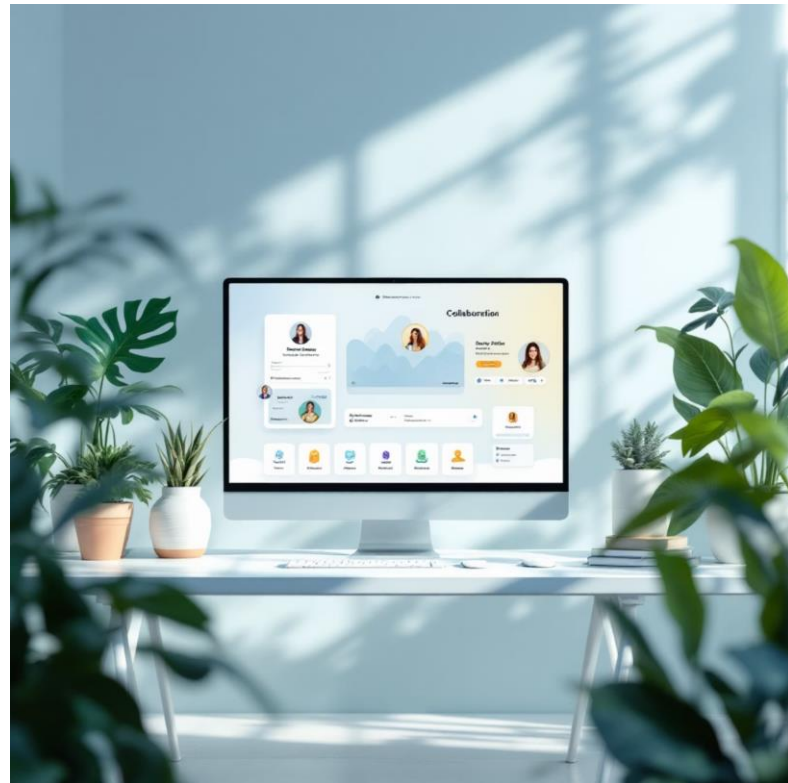
Perfil profesional con bio optimizada y enlaces directos a compra

Marketplace Local

MercadoLibre, Wallapop o plataformas regionales con audiencia establecida

Tienda Web Propia

Shopify, WooCommerce o soluciones básicas para mayor independencia



Barreras Comunes

- Miedo a las estafas online
- Desconocimiento técnico
- Desconfianza en plataformas digitales



Chile se consolida como mercado digital maduro en eCommerce, según Nuvei

Aline Sarmiento | 10/09/25 17:44

- ¿Qué oportunidades brinda que Chile se consolide como mercado digital maduro para emprendimientos con baja digitalización?
- ¿Qué barreras podrían persistir (logística, confianza de clientes, regulaciones)?
- ¿Cómo deberían adaptar sus propuestas digitales los emprendimientos con los que trabajan para sacar provecho de ese contexto?

Discuta con su compañero y comente

Marketing Digital de Alto Impacto

"Marketing digital no es caro, pero sí requiere enfoque"



Imagen Coherente

Foto profesional, logo consistente y biografía clara en todos los canales



Respuesta Rápida

Contesta mensajes en menos de 2 horas durante horario comercial



Testimonios Reales

Fotos de clientes satisfechos y reseñas auténticas



Contenido Centrado en el Cliente

Publica soluciones a problemas, no solo características del producto



Contenido Visual Simple

Reels e historias sencillas que muestren el producto en uso



5 grandes tendencias en marketing digital 2025

En este artículo

- [1.Redes sociales: ya no son solo "redes"](#)
- [2. Inteligencia artificial para personalizar y automatizar](#)
- [3. La confianza del usuario como motor: contenido generado por personas](#)
- [4. Answer Engine Optimization \(AEO\): la evolución del SEO](#)
- [5. Equipos más integrados, herramientas más simples](#)
- [Estar actualizado es una necesidad](#)

- ¿Cuál de estas tendencias crees que podría generar más valor inmediato para los emprendimientos con los que trabajan?
- ¿Qué tipo de contenido generado por usuarios (reseñas, fotos, testimonios) podría ser viable para ellos?
- ¿Cómo usar la IA o herramientas simples para personalizar la comunicación en emprendimientos de entrada?

Discuta con su compañero y comente

Errores Comunes en Marketing Digital

Identifica y evita estos fallos frecuentes en emprendimientos:

Enfoque en el Producto

Hablar solo de características técnicas, no de beneficios para el cliente

Redes Abandonadas

Perfiles sin actualizar durante semanas o meses

Frases Sin Sentido

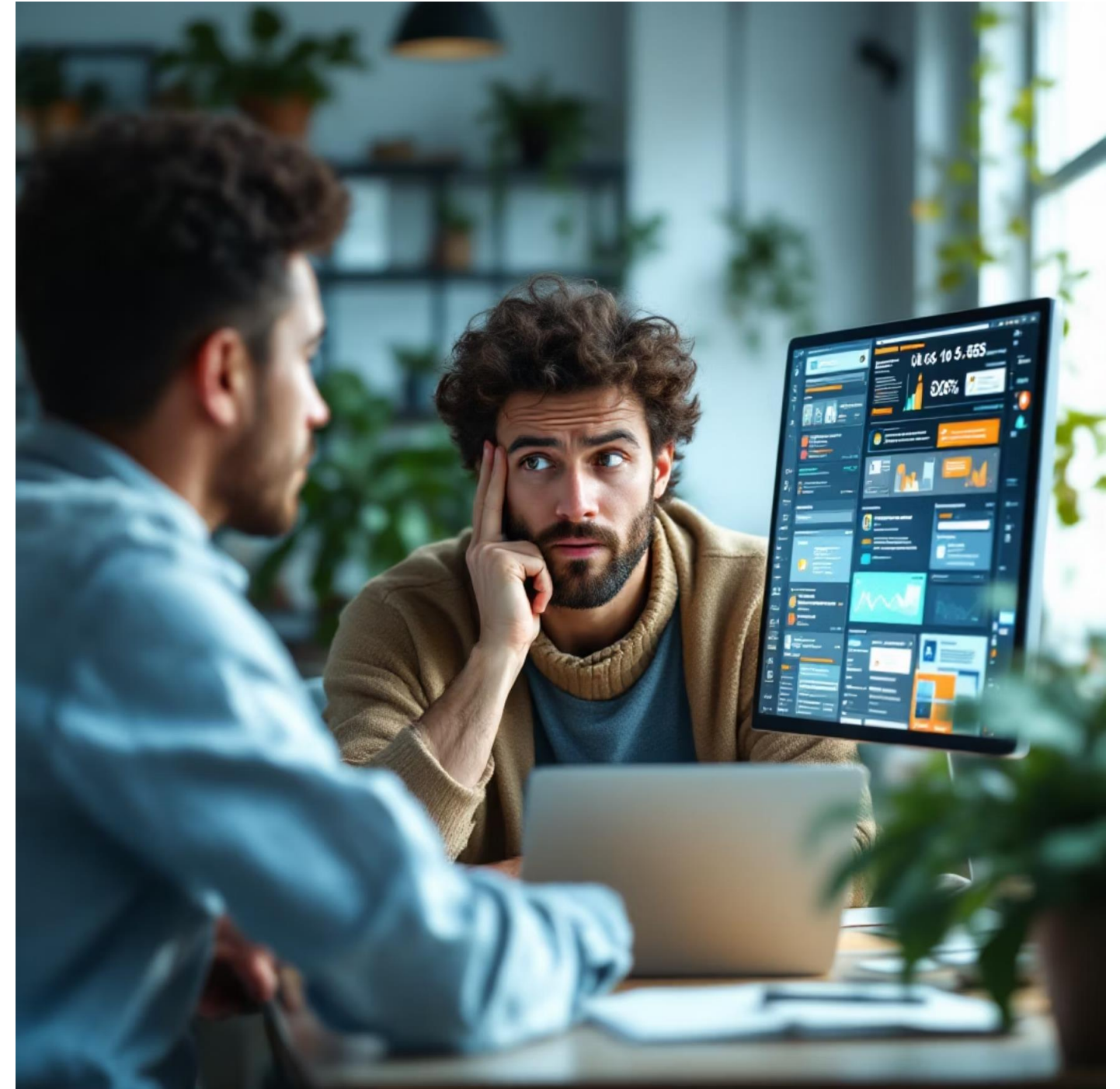
Copiar lemas genéricos como "calidad, confianza y compromiso"

Información Incompleta

No incluir datos de contacto, horarios o ubicación

Falta de Interacción

Ignorar comentarios, mensajes o preguntas de seguidores



Buenas Prácticas: Casos de Éxito



Perfil Optimizado

Instagram con enlace de pago directo y catálogo visual organizado por categorías



Respuesta Inmediata

Emprendedora que responde WhatsApp en menos de 10 minutos durante horario comercial



Testimonios Orgánicos

Clientes que suben reseñas y fotos voluntariamente, generando confianza social



Transparencia Diaria

Uso de stories para mostrar stock disponible y crear urgencia de compra

"La confianza digital no se impone, se construye día a día con pequeñas acciones consistentes"

Conexión con el Modelo Canvas

Los canales digitales se integran directamente con otros bloques fundamentales:



Segmentos de Clientes

¿Dónde están tus clientes? ¿En qué plataformas buscan productos como el tuyo?



Propuesta de Valor

¿Se comunica claramente lo que ofreces y por qué es diferente?



Canales

¿Estás presente en los lugares correctos para llegar a tu audiencia?



Relaciones

¿Mantienes cercanía y confianza con quienes te compran regularmente?



Actividad Práctica: Mapa de Canales y Mejoras Digitales

📍 Objetivo

Diagnosticar y proponer una mejora simple en la comunicación y venta digital del emprendimiento real que acompaña cada grupo.

📍 Desarrollo (30–40 min)

● Diagnóstico Actual

- ¿Cómo se comunica hoy con sus clientes?
- ¿Qué canales digitales usa?
- ¿Cuáles no usa y por qué?

● Completar Ficha Simple

Evaluar situación actual vs mejora sugerida en: comunicación digital, venta en línea, postventa

● Diseñar Acción Mínima Viable

Elegir UNA mejora específica y factible para implementar

Opciones de AMV:

- Crear catálogo digital en WhatsApp
- Optimizar perfil de Instagram
- Incluir botón de pago con enlace
- Recopilar testimonios reales
- Registrarse en Google Maps

