



**TERRITORIO
EN VALOR**

FORMACIÓN | COMUNIDAD | ACCIÓN

Canales de Comercialización

Taller práctico para emprendedores en estrategia comercial enfocada en acción inmediata.

 4 HORAS

 70% PRÁCTICA

 30% CONTENIDO



UN PROYECTO
DE

9.5
9PUNTOS

ELEVA
CENTRO DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

CFT
Los Ríos





RICARDO ICARTE - CEO Patagonia Startups

DISEÑADOR DE PRODUCTOS U. LAGOS
DIPLOMADO LEADERSHIP & INNOVATION MIT
DIPLOMADO EN ECONOMÍA CIRCULAR MIT
MASTER @INNOVATION **ENEB**
MBA @**ENEB**



Marketing Manager



Business Development
LATAM



Mentor & Juez



Mentor



Gerente



Co-fundador





PARA
CONOCERLOS

¿QUIENES SON?
EN 1 MINUTO.

INTRODUCCIÓN

De la Teoría a la

Acción

Ya conoces a tu cliente ideal. Ahora es momento de decidir **cómo** llegar a él de manera efectiva.

Este taller no trata sobre teoría abstracta, sino sobre **decisiones concretas de venta** que puedes implementar esta misma semana.



"Un canal no es Instagram, es el lugar donde ocurre la venta."

Elementos de interacción en la comercialización

Del Producto al Cliente



Tipos de Canales de

Venta

Existen tres categorías principales para comercializar tus productos. Cada una tiene ventajas específicas según tu modelo de negocio.

Canales Directos

Vendes directamente al cliente final sin intermediarios.

- Ferias locales
- WhatsApp Business
- Tienda propia
- Venta a domicilio

Canales Indirectos

Utilizas intermediarios para llegar al consumidor.

- Almacenes locales
- Restaurantes
- Distribuidores
- Plataformas online

Canales Comunitarios

Aprovechas redes y organizaciones locales.

- Cooperativas
- Asociaciones
- Mercados campesinos
- Redes de trueque

Tipos de Canales de Venta

Canales Directos



Venta Local



Puerta a Puerta



Tienda Online

Canales Indirectos



Tiendas / Almacenes



Restaurantes



Distribuidores

Canales Comunitarios



Boca a Boca



Redes de Vecinos



Organizaciones

Canales De comercialización

CANALES DE DISTRIBUCIÓN



CANAL INDIRECTO LARGO



ESTRATEGIA

Estrategia Multicanal 1-2-3

1

Canal Principal



Venta Local

+

2

1-2 Canales Secundarios



+

3

Máx. 3 Canales en Total



**Repaso:
Canales de
Distribución**

CANALES DE DISTRIBUCION



EL CONCESIONARIO ACTUA COMO INTERMEDIARIO

¿Dónde Está Tu Cliente?

1

Identifica

¿Dónde compra habitualmente tu cliente ideal?

2

Analiza

¿Qué canales utiliza tu competencia exitosa?

3

Decide

Elige canales donde tu cliente ya está presente.

 **Principio clave:** No vendemos donde queremos, vendemos donde compra el cliente.



¿Por dónde llego a mi cliente?



Tus canales son lugares donde entra plata.



Si vendes en una feria local, sí existes.



Idea clave: Aunque no lo llamen así, **¡ya tienen canales!**

Elegir bien los canales



¿Dónde está mi cliente?



¿Cómo compra?

¿Cuánto margen cedo?



Cuánto volumen puedo mover?



Cuánto tiempo tengo?



El mejor canal no es el más grande, es el que puedes sostener.



Semàforo de Canales

- Verde:** puedo probar ahora
- Amarillo:** necesito algo antes
- Rojo:** no es para mí hoy



Debes elegir un **canal prioritario**

EJERCICIO: DESCRIBE DÓNDE ESTÁ TU CLIENTE

CANALES INDIRECTOS

Trabajar con Intermediarios

1

Cambia Tu Mentalidad

Un intermediario no es el enemigo, es un socio estratégico si sabes negociar correctamente.

2

Calcula Márgenes

Define cuánto margen puedes ceder manteniendo rentabilidad. Considera costos de producción y distribución.

3

Tipos de Acuerdo

Consignación: Pagas solo por lo vendido. **Compra directa:** Venta inmediata con menor precio.



Relaciones de comercialización (Intermediarios)

Relación con Intermediarios

Consignación

Deja productos, te pagan si se venden.



Aclara las condiciones



Aclara las condiciones

Compra Directa

Venden y te pagan inmediatamente.



Sé claro con tus precios



Sé claro con tus precios

Exclusividad

Solo vende tu producto.



Define las reglas del juego



Define las reglas del juego



Tips prácticos:

- Si no sabes tu costo, no negocies
- Empieza chico, no firmes el cerro del supermercado
- Todo conversado, aunque sea por **WhatsApp**



**TERRITORIO
EN VALOR**

FORMACIÓN | COMUNIDAD | ACCIÓN

UN PROYECTO
DE

9.5
9PUNTOS

ELEVA
CENTRO DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

CFT
Los Ríos

**Repaso:
Canales de
Distribución
(Intermediarios)**

FUNCIÓNES DE LOS INTERMEDIARIOS



EXISTEN...

ES PORQUE OFRECEN CIERTAS VENTAJAS A LAS EMPRESAS
HACIENDO QUE LAS COMPENSE ASUMIR Dicho COSTE

Canales De comercialización

Cómo Ordenar tu Punto de Venta Física

Atrae productos de mejor valor a la altura de la vista, como los supermercados




Ejercicio Práctico N° 1

Plan de Acción

Mi acción concreta para esta semana




 Mi canal prioritario:

 Primer paso concreto:

 Día y hora exacta:

 **Exemplares:**  Llamar al almacén X el jueves

 Publicar oferta
WhatsApp vénes 18:00



Cierre en ronda:

Cada uno dice su acción en voz alta

 **compromiso público**



FUNCIONAMIENTO IDEAL



**TERRITORIO
EN VALOR**

FORMACIÓN | COMUNIDAD | ACCIÓN

UN PROYECTO
DE

9.5
9PUNTOS

ELEVA
CENTRO DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

CFT
LosRíos

Fortalece Tu Venta Directa

Ventajas Principales

- Control total del precio
- Relación directa con clientes
- Mayor margen de ganancia
- Feedback inmediato

Herramientas Clave

WhatsApp Business: Catálogo digital, respuestas automáticas y gestión de pedidos.

Ferias locales: Visibilidad, networking y ventas inmediatas.





TERRITORIO
EN VALOR

FORMACIÓN | COMUNIDAD | ACCIÓN

UN PROYECTO
DE

9.5
9PUNTOS

ELEVA
CENTRO DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

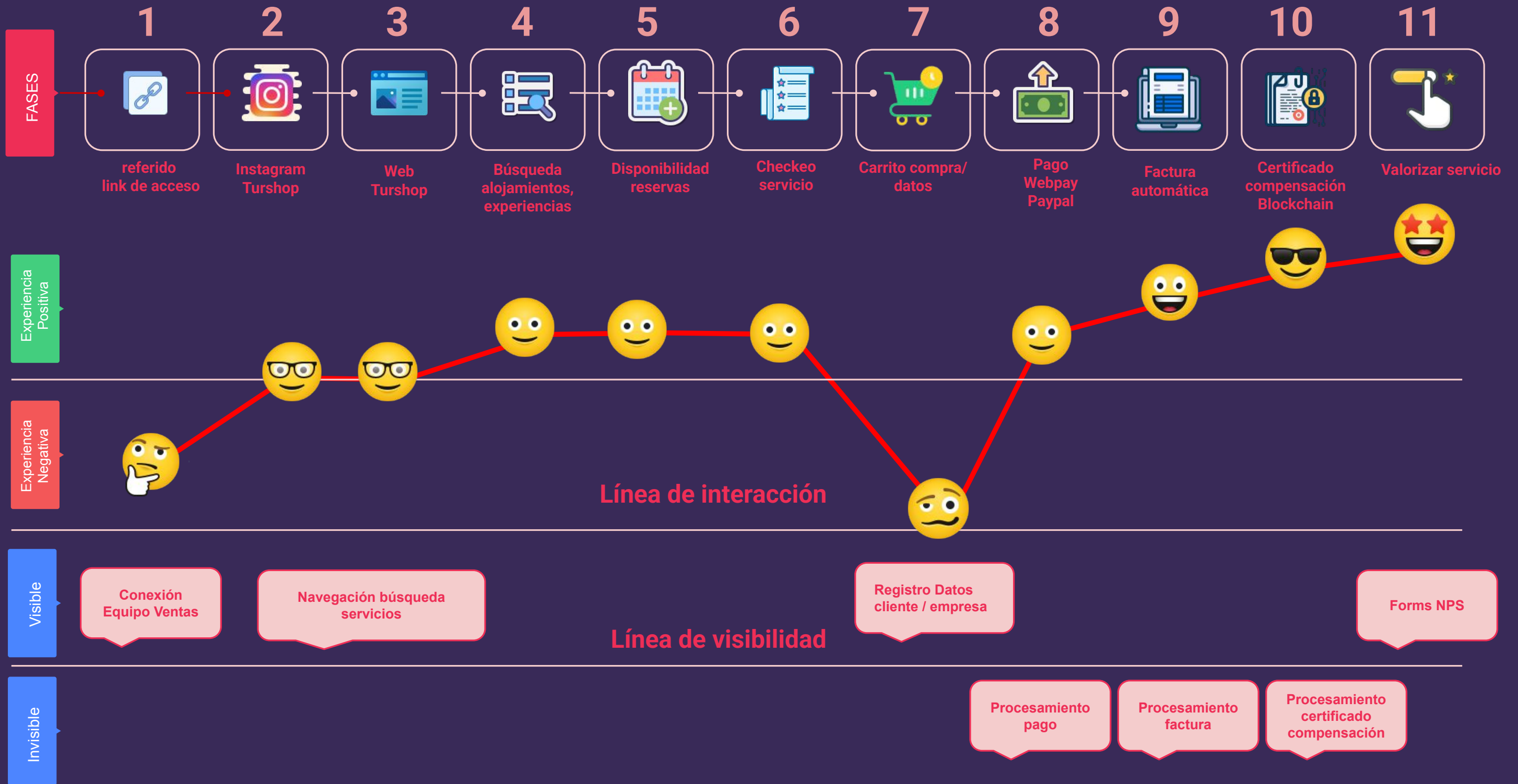
CFT
Los Ríos

Tienda Física como Canal



- ✓ Pagos al instante
- ✓ Muestra y ofrece productos
- ✓ Conocimiento del cliente

Customer Journey Map (Canal Digital)



EJERCICIO PRÁCTICO **COMO VENDES?.**

Describe el paso a paso.

- Describe el lugar, está en un esquina?, esta al fondo?
- Cómo están ordenados tus productos?.
- Atiendes tu mismo o un trabajador?
- Entrenaste a tu vendedor?
- Entregas tu producto a un distribuidor, donde está ubicado?.





BREAK
30 MIN

VAMOS POR
UN CAFÉ O
AGUA

PROYECTO
APOYADO POR

Comité Desarrollo Productivo
FOMENTO LOS RÍOS
por CORFO



Errores Comunes a Evitar

Querer Vender en Todos Lados

La dispersión agota recursos sin generar resultados.
Enfócate en pocos canales bien trabajados.

No Calcular Costos Reales

Cada canal tiene costos asociados: transporte, comisiones, tiempo. Calcula antes de comprometerte.

Acuerdos Verbales Vagos

Define claramente precios, plazos de pago, devoluciones y exclusividad. Documenta todo por escrito.

Ignorar Dónde Compra el Cliente

Vender donde te resulta cómodo en lugar de donde tu cliente realmente compra es un error costoso.

Estrategia Multicanal



"No dependas de un solo lugar para vender. La diversificación reduce riesgos y amplía oportunidades."

Selecciona un **canal principal** donde concentres el 60% de tu esfuerzo, y dos **canales secundarios** para explorar nuevas oportunidades sin dispersarte.

**Mejora el canal,
optimizando el
espacio, para
vender mejor**



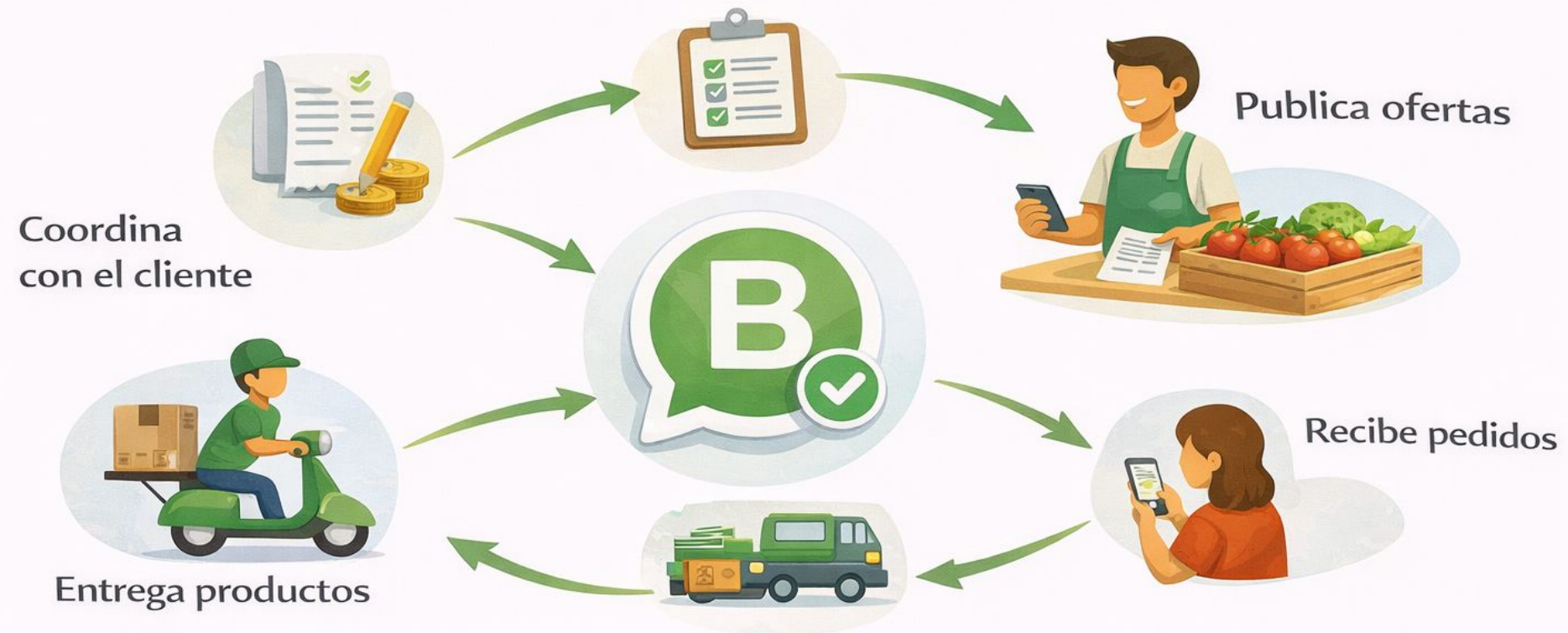
HERRAMIENTAS DIGITALES

Canales De comercialización

Mapa de Canales



WhatsApp Business como Canal



- ✓ Ve preguntas y pedidos
- ✓ Coordina entregas
- ✓ Confirma ventas y pagos

Instagram como Canal de Digitalización



Mercado Pago como Digitalización del Punto de Venta





**TERRITORIO
EN VALOR**

FORMACIÓN | COMUNIDAD | ACCIÓN

UN PROYECTO
DE

9.5
9PUNTOS

ELEVA
CENTRO DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

CFT
Los Ríos

**Digitaliza el
canal físico.**



**mercado
pago**



**Control
total de
tus ventas**



**TERRITORIO
EN VALOR**

FORMACIÓN | COMUNIDAD | ACCIÓN

UN PROYECTO
DE

9.5
9PUNTOS

ELEVA
CENTRO DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

CFT
Los Ríos

**Digitaliza el
canal digital en
Whatsapp con
links de pago.**



**Crea Links
de pago y
compártelos
por redes
sociales y
WhatsApp**



Digitaliza el
canal digital en
Whatsapp y
otros canales

 **whataform.**



**ASÍ FUNCIONA
WHATAFORM**

La forma más fácil
de vender online

Plataforma todo en uno

512
70%

BRU

Instagram, Facebook, WhatsApp icons

Smartphone displaying a social media post

Lightbulb icon

Mouse cursor icon

 PLAN DE ACCIÓN

Tu Canal Prioritario

Es momento de tomar una decisión concreta. Elige **un solo canal** para probar en los próximos 7 días.

01

Selecciona tu canal

¿Cuál tiene mayor potencial para tu negocio ahora?

02

Define acción específica

¿Qué harás exactamente esta semana?

03

Establece métrica

¿Cómo medirás si funcionó?

04

Fecha de revisión

¿Cuándo evaluarás resultados?

Si no lo pruebas esta semana, no existe

Compromisos del Taller (SEGUIMIENTO)

1

Canal Prioritario

Definido y documentado

7

Días de Prueba

Acción concreta esta semana

100%

Compromiso

De la teoría a la práctica

Gracias por tu participación. Ahora es momento de actuar y transformar tu estrategia comercial en resultados reales.



Ricardo Icarte

Contacto de WhatsApp



Gracias!.

PASOS INBOUND MARKETING

