

ADMISIÓN **2023**

# DIPLOMADO EN OMNICANALIDAD Y GESTIÓN COMERCIAL

POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA



> IR POR MÁS



La Universidad de los Andes fue fundada en 1989, en Santiago de Chile, por un grupo de académicos y profesionales que quisieron dar inicio a un nuevo proyecto educativo, basado en el cultivo de un saber superior, la educación integral de los alumnos, la difusión del conocimiento a la sociedad y la vocación de permanencia en el tiempo. Está acreditada por 6 años, forma parte del CRUCH (Consejo de Rectores de Universidades Chilenas) desde 2019. En 2018 la UANDES se convirtió en la primera universidad chilena en implementar el prestigioso sistema de gestión de aprendizaje CANVAS.

La Universidad cuenta con **10 Facultades, 29 carreras de pregrado, más de 8.900 alumnos de pregrado, más de 2.100 estudiantes de postgrado, más de 1.600 académicos** y más de **400 programas de Educación Continua.**

Además de un proyecto institucional sólido que abarca el propósito de la Universidad: Formación Académica, Investigación, Innovación, Extensión y Vinculación con el Medio.

**YAZMIN  
CARVAJAL  
RIQUELME**

DIRECTORA DE  
DESARROLLO  
UANDES ONLINE



“

*Hoy les quiero dar la bienvenida a esta nueva etapa de sus procesos educativos, porque estamos seguros de que la educación es un hábito esencial para la formación integral de toda persona, y vehículo que nos permite alcanzar nuestro mayor desarrollo.*

”

La modalidad online ha llegado para establecerse como un alternativa sólida de educación continua, que nos permite enfrentar un mundo en constante cambio, que además nos desafía y nos provoca incertidumbre. Esta realidad nos insta a estar preparados para enfrentar nuevos desafíos, a mantenernos vigentes, aprovechando todas las oportunidades que se nos presentan.

La mejor forma de generar certezas es actualizándose, recibiendo herramientas que puedan ser utilizadas de manera inmediata para aumentar las capacidades que permitan mejores niveles de productividad, garantizando una posición competitiva en el mercado laboral. Como estudiantes, ustedes tienen la misión de ser agentes de cambio en cada microcontexto, cultivando el aprendizaje continuo para enfrentar cada desafío que el mundo profesional les presente.

Por último, les invito a revisar en detalle este material para informarse acerca de la metodología y contenidos que se abordarán en el diplomado.



## **CUERPO DOCENTE DE EXCELENCIA**

**DESARROLLAMOS  
CONTENIDOS CON **LOS  
MEJORES ACADÉMICOS****

Cada uno de los académicos de la Universidad de los Andes es especialista en sus temáticas, con amplia experiencia en el mundo empresarial y académico. Formados en las mejores universidades de Chile y el mundo, con una visión global, diversa y completa del mundo de los negocios.

El 75% de los profesores cuenta con grado académico superior (Doctorados, Magísteres y especialidades médicas y odontológicas).

Los contenidos desarrollados están actualizados e incluyen casos con ejemplos reales conocidos a nivel nacional e internacional, que permiten crear y desarrollar criterios de negocios.

# DIPLOMADO EN OMNISCANALIDAD Y GESTIÓN COMERCIAL

Las decisiones comerciales relacionadas con los canales de contacto con el cliente son fundamentales y afectan directamente a los resultados de la empresa, ya que determina la forma en que ésta se relaciona con sus clientes, generando valor y fidelización.

Es por esto que se debe alinear la estrategia comercial con la estrategia de canales y evaluar si es posible y rentable para la empresa adaptarse a los nuevos tiempos y requerimientos del cliente.

El Diplomado en Omniscanalidad y Gestión Comercial surge de la necesidad de dichas organizaciones de diseñar una estrategia integrada de canales, acorde con su estrategia comercial, las que deben estar siempre enfocadas en el cliente para la calidad de su experiencia y de los resultados esperados.



## OBJETIVO DE APRENDIZAJE

El Diplomado en Omnicanalidad y Gestión Comercial tiene como objetivo identificar la importancia de la omnicanalidad, de la gestión comercial, la logística de última milla y el foco en el viaje del cliente de los negocios e-Commerce. Estos elementos son claves para impactar positivamente en la experiencia de clientes y resultados de la empresa

## RAZONES PARA ESTUDIAR ESTE DIPLOMADO

1.

Reconocer las bases de la gestión logística que permitan apoyar la toma de decisiones tácticas y estratégicas en una organización dedicada a la distribución de última milla.

2.

Identificar la importancia de la omnicanalidad para crear una estrategia integrada que impacte positivamente en la experiencia de los clientes y los resultados de la empresa.

3.

Aplicar técnicas, modelos de ventas y herramientas claves para desarrollar habilidades que permitan una gestión comercial efectiva y coherente.

4.

Aplicar herramientas de los elementos y características que posee un negocio de e-commerce, con foco en el customer journey.



## DIRIGIDO A

Personas con licenciatura, título profesional o técnico, o con 2 años de experiencia laboral, que se desarrollen en áreas comerciales de la industria del retail, de empresas de productos o servicios y que desean adquirir nuevos conocimientos y habilidades para que la gestión comercial sea eficiente, al igual que los canales, la experiencia del cliente y los resultados de la organización.

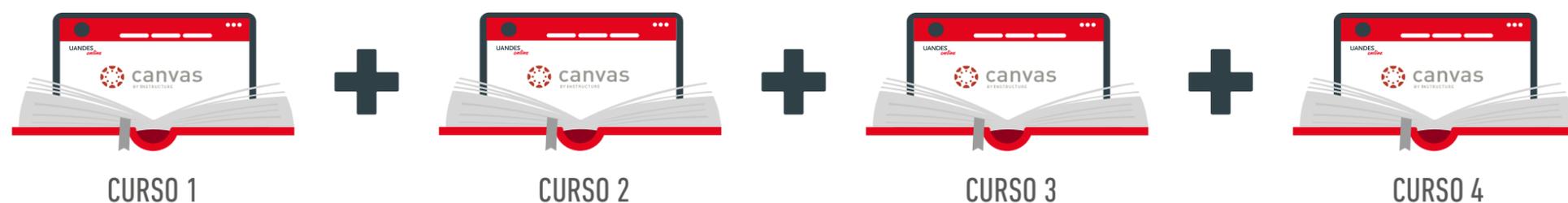
---



# ESTUDIA A TU RITMO DESDE CUALQUIER LUGAR

Con nuestra metodología online y semipresencial podrás estudiar a tu ritmo y desde cualquier lugar. Independiente del diplomado que escojas, cada uno de ellos está compuesto por cuatro cursos. Cada curso está compuesto de siete módulos online asincrónicos en plataforma CANVAS, junto con una clase intermedia online sincrónica con el o la docente del curso y una clase final de medio día en la Universidad de los Andes o bien, online sincrónica.

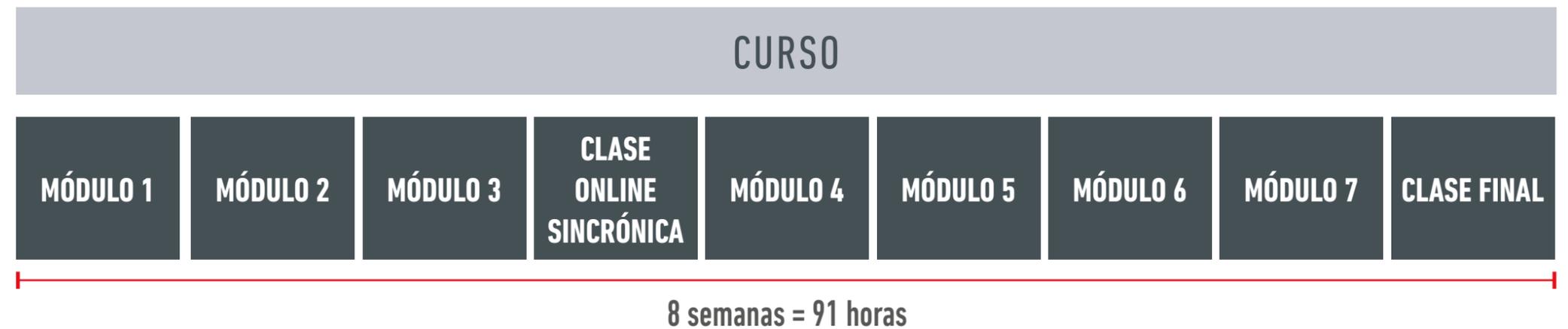
## DIPLOMADO





En la semana en que se publica el módulo cuatro de cada curso existe una sesión online sincrónica donde el o la docente hará un resumen de los tres primeros módulos, además de aclarar dudas y donde podrás compartir con tus compañeros. En la última clase presencial en la Universidad de Los Andes u online en vivo, podrás resolver tus dudas, compartir con tus compañeros y realizar alguna actividad que el o la docente indique, en caso de ser necesario.

**7 MÓDULOS ONLINE ASINCRÓNICOS** + **1 SESIÓN ONLINE SINCRÓNICA** + **1 SESIÓN PRESENCIAL (MODALIDAD SEMIPRESENCIAL) O EN VIVO - ONLINE (MODALIDAD ONLINE)**



### **Acompañamiento del estudiante**

En tu proceso educativo contarás con un Tutor(a) y un Coordinador(a) de Servicios. El Tutor(a) responderá dudas sobre el contenido del curso, mientras que el Coordinador(a) de Servicios, responderá dudas que no sean de contenido, realizando acompañamiento y seguimiento de tu avance.



# ¿QUÉ SIGNIFICA EL ESTUDIO ONLINE ASINCRÓNICO Y SINCRÓNICO?

El estudio online asincrónico es un método de educación a distancia que te permite completar tus actividades de aprendizaje que no requiere conexión en tiempo real. Puedes completar tus actividades en tu propio tiempo, sin tener que sincronizar tu agenda con los demás estudiantes. Esto permite que te autorregules y controles el ritmo de tus estudios, tiempo y espacio. Te entregamos todas las herramientas necesarias y acompañamiento para que desarrolles tu aprendizaje al máximo.

El estudio online sincrónico es una modalidad en la que interactúas en tiempo real con el profesor y tus compañeros. Este tipo de modalidad la podrás utilizar en las clases intermedia y final de cada curso, en caso de que no puedas asistir a dichas clases, estas quedarán en la plataforma para su posterior utilización de manera asincrónica.



**CONTENIDO  
ACTUALIZADO**  
CON LOS MEJORES  
DOCENTES



**ACTIVIDADES Y  
FOROS**



**MATERIAL  
DESCARGABLE**  
DE CONTENIDOS



# VENTAJAS DE CANVAS

CANVAS ofrece una variedad de herramientas y características que te ayudarán a completar con éxito el curso, entre ellas, tiene la capacidad de agregar contenido multimedia como imágenes, videos y presentaciones. Esto te permite mantener el interés y compromiso con los contenidos.

Así mismo, proporciona herramientas de colaboración como foros, grupos, mensajería instantánea y comentarios,

para ayudarte a trabajar junto a tus compañeros y compañeras de forma más eficiente.

Algunas de las universidades más prestigiosas del mundo que utilizan CANVAS son el MIT, la Universidad de Harvard, la Universidad de Stanford, la Universidad de Oxford y la Universidad de Cambridge, entre otras.



IMÁGENES



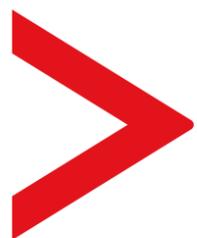
TEXTOS



VIDEOS



MATERIAL  
DESCARGABLE



# DIPLOMADO EN OMNISCANALIDAD Y GESTIÓN COMERCIAL

CURSOS QUE COMPONEN EL PROGRAMA

Logística de  
Última Milla

Gestión Comercial  
y Ventas

Negocios  
eCommerce

Omniscanalidad



# LOGÍSTICA DE ÚLTIMA MILLA

La última milla es el paso final del proceso de entrega desde un centro o instalación de distribución hasta el usuario final. Permite a las empresas enviar más productos a los consumidores finales de manera más eficiente y rentable, lo que es clave, tanto en el comercio electrónico como en la cadena de suministro omnicanal.

El objetivo del curso es reconocer las bases de la gestión logística, que permitan apoyar la toma de decisiones a nivel táctico y estratégico en una organización dedicada a la distribución de última milla. Podrás comprender los beneficios relacionados a la logística de última milla, sus desafíos, cómo impacta el comercio electrónico y las cadenas de suministro, por qué evoluciona y cómo contribuye la tecnología.



## **MÓDULO 1**

### **Transporte de última milla.**

Conocer temáticas relacionadas con el reparto de última milla, que permitan la toma de decisiones adecuadas a las necesidades de distribución.

## **MÓDULO 2**

### **La última milla en la cadena de suministro.**

Reconocer aspectos fundamentales de la cadena de suministro y su relación con el transporte de última milla.

## **MÓDULO 3**

### **Optimización de picking.**

Comprender el proceso de picking como parte indispensable para una eficiente distribución de última milla.

## **MÓDULO 4**

### **Definición de rutas óptimas.**

Conocer herramientas adecuadas para

definir rutas que permitan optimizar el proceso de distribución de última milla.

## **MÓDULO 5**

### **Metodologías de optimización para problemas de última milla.**

Identificar metodologías que permitan optimizar el proceso de distribución de última milla.

## **MÓDULO 6**

### **Caracterización de la cuarta revolución industrial.**

Conocer aspectos teóricos y prácticos de la industria 4.0 y su relación con la cadena de suministro.

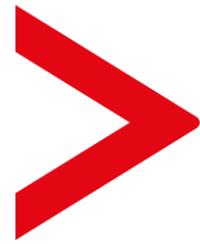
## **MÓDULO 7**

### **Última milla 4.0.**

Relacionar los avances de la cuarta revolución industrial con el proceso de distribución de la última milla.

## **Sesión Presencial/Streaming.**

Sesión final con el profesor del curso, donde se abordarán los contenidos más importantes del curso y su aplicación.



## GESTIÓN COMERCIAL Y DE VENTAS

La gestión comercial no solo se basa en la experiencia individual de cada vendedor, ya que en ella se ven involucrados conocimientos que apuntan a lograr un correcto registro, control y optimización de los procesos de ventas y de la atención al cliente que, posteriormente, se constituyen a base de un programa de trabajo.

De cierta forma, aprender de gestión comercial a través de la experiencia podría tomar más tiempo que adquiriendo estos conocimientos a través del estudio. Esto, con el fin de llevar dicho aprendizaje a la práctica. En este curso podrás aplicar técnicas, modelos de ventas y herramientas claves para desarrollar habilidades que permitan una gestión comercial efectiva, coherente con la estrategia de la organización, considerando las características y particularidades de los clientes para el logro de los objetivos de la empresa.

## **MÓDULO 1**

### **Fundamentos de la venta y habilidades del vendedor.**

Identificar los fundamentos teóricos de la gestión de ventas como un proceso estructurado y organizado para el cumplimiento de las normas y políticas de la empresa.

## **MÓDULO 2**

### **Conocer al cliente: clave para el éxito comercial.**

Distinguir los distintos tipos de clientes para desarrollar estrategias apropiadas de venta en forma y fondo para que le hagan sentido según características y rasgos particulares.

## **MÓDULO 3**

### **Desarrollo de la relación con el cliente.**

Reconocer los factores claves que permiten una adecuada y efectiva

relación profesional con el cliente como embajador de una marca.

## **MÓDULO 4**

### **Etapas de la venta I.**

Distinguir las características de las fases o etapas de la venta desde la prospección a la presentación del producto para distintos tipos de clientes.

## **MÓDULO 5**

### **Etapas de la venta II.**

Distinguir las características de las fases o etapas de la venta desde el manejo de objeciones hasta la recompra para distintos tipos de clientes.

## **MÓDULO 6**

### **Venta transaccional, consultiva y relacional.**

Identificar los distintos estilos de

venta y estrategias apropiadas según necesidades y motivaciones de los clientes.

## **MÓDULO 7**

### **Gestión de carteras.**

Gestionar eficientemente una cartera de clientes para obtener el máximo valor de ella.

### **Sesión Presencial/Streaming.**

Sesión final con el profesor del curso, donde se abordarán los contenidos más importantes del curso y su aplicación.



# NEGOCIOS E-COMMERCE

El mercado actual se ha transformado completamente gracias a la era digital. El marketing, los modelos de negocios y las estrategias han debido adecuarse a las nuevas formas de comercialización. En este contexto, es fundamental desarrollar conocimientos que permitan la toma de decisiones estratégicas vinculadas a los modelos de negocios online, así como también hacer uso adecuado de las múltiples herramientas que el mundo digital provee.



## **MÓDULO 1**

### **Las bases del e-Commerce**

Comprender las bases sobre las que se fundamenta un negocio e-Commerce a partir del reconocimiento de sus características y elementos constitutivos, junto a identificar los principales drivers de negocio y el customer journey del canal online

## **MÓDULO 2**

### **Elementos disponibles en un negocio e-Commerce**

Comprender cuáles son los canales que definen una compra online y los principales jugadores que tenemos en el mercado con foco en Chile según diferentes tipos de negocios.

## **MÓDULO 3**

### **Adquisición de audiencias**

Se indentificarán las principales fuentes de tráfico y cómo se miden, junto a

comprender los elementos y criterios para tener un sitio web adecuado a los clientes revisando sus componentes principales.

## **MÓDULO 4**

### **Diseño operativo**

Reconocer cómo se diseña una red de cadena de suministro para pedidos online, identificando la recepción, almacenaje, preparación, empaque y transporte, así como la puesta en común de KPIs estratégicos tanto internos como de experiencia de clientes.

## **MÓDULO 5**

### **Distribución – Transporte – Retiro en tienda**

Reconocimiento de los tipos de distribución, transporte en e-Commerce, pick up o retiro en tienda. Así como los protocolos de entrega y sistemas de calificación; delivery lastmile, logística inversa y servicio postventa.

## **MÓDULO 6**

### **Desarrollo de Productos Digitales**

Proceso de desarrollo de productos digitales, elementos de un sitio web y tendencias del mercado online. Se estudia cómo evolucionaron los mercados y consumidores online post COVID-19.

## **MÓDULO 7:**

### **Análisis de casos**

Reconocer casos de negocios online reales, visualizando las estrategias y tecnologías implementadas, para analizar los resultados obtenidos en cada caso.

### **Sesión Presencial/ Streaming.**

Sesión final con el profesor del curso, donde se abordarán los contenidos más importantes del curso y su aplicación.



## OMNICANALIDAD

Los últimos años han ido transformando la manera en que las personas compran productos o servicios. Las decisiones relacionadas con los canales de contacto con el cliente son fundamentales y afectan directamente a los resultados de la empresa. Es por esto que se debe revisar la estrategia de canales y ver si es posible y rentable para la empresa adaptarse a los nuevos tiempos y requerimientos del cliente.

Aunque la compra física sigue siendo importante para algunas personas, muchas se transformaron en compradores online, por lo que se ha hecho fundamental para las empresas, contar con una integración de los canales de contacto con el cliente, para el éxito en la experiencia y de los resultados.

Este curso surge de la necesidad de las empresas de diseñar una estrategia integrada de canales, acorde con su estrategia general y enfocada en el cliente.

## MÓDULO 1

### Omnicanalidad y paradigma del centro en el cliente

- Evolución de los paradigmas de negocio
- Las nuevas necesidades de los clientes, componentes y roles de los canales.
- Diferencias entre multicanalidad y omnicanalidad.
- Tipos de Canales
- Evolución de la omnicanalidad
- Beneficios de la omnicanalidad
- Entender la omnicanalidad como paradigma cliente céntrico

## MÓDULO 2

### Omnicanalidad: Productos y Servicios

- Propuesta de valor.
- Omnicanalidad y Producto
- Omnicanalidad y Servicio
- Concepto de Channel Blurring
- El rol del D2C.
- Impacto, desafíos y oportunidades.

## MÓDULO 3

### Diagnóstico y detección de brechas

- Diagnóstico de estrategia de omnicanalidad
- Detección de brechas
- Qué hacer y qué no hacer

## MÓDULO 4

### Marketing omnicanal

- La importancia del Marketing en la Omnicanalidad
- Trade Marketing

## MÓDULO 5

### Diseño

- Diseño de modelo de negocio omnicanal
- Implementación de estrategia de canales.
- Análisis de caso (Amazon, Zara, Mercado Libre, Falabella)

## MÓDULO 6

### Medición

- ¿Cómo medir la implementación de la omnicanalidad?
- Indicadores de gestión comercial
- ¿Cómo medir la experiencia del servicio?
- ¿Cómo desarrollar un sistema integrado de medición?
- Medir para impactar en los resultados del negocio
- Medir para maximizar la fidelidad del cliente

## MÓDULO 7

### Automatización CRM y fidelización

- Sistemas integrados de información
- Estrategias CRM 360°: Redes Sociales, Email, SMS, Notificaciones.
- Trabajo Grupal Análisis de caso

### Sesión Presencial/Streaming

Sesión final con el profesor del curso, donde se abordarán los contenidos más importantes del curso y su aplicación.



# PROCESO DE POSTULACIÓN

## 1. Cumplir requisitos

- Copia de cédula de identidad o pasaporte.
- CV con experiencia laboral.
- Título profesional o técnico.
- **Extranjeros:** Deberán presentar el certificado de título profesional visado por el Consulado de Chile en el país de origen y por el Ministerio de Relaciones Exteriores en Chile (o apostillado).

**2. Completar formulario de inscripción**  
Adjuntando los documentos requeridos

## 3. Revisión de antecedentes

**4. Contar con un dispositivo y conexión a internet para acceder a tus cursos**

**5. Bienvenida de equipo UANDES online**

# INFORMACIÓN GENERAL



**ARANCEL  
DIPLOMADO**  
UF 52



**ALTA COBERTURA  
SENCE**



**MEDIOS DE PAGO**  
WEBPAY, Transferencia  
Cheque, OC Empresa,  
Entre Otros



**DURACIÓN  
DIPLOMADO**  
4 bimestres  
(1 año aprox)

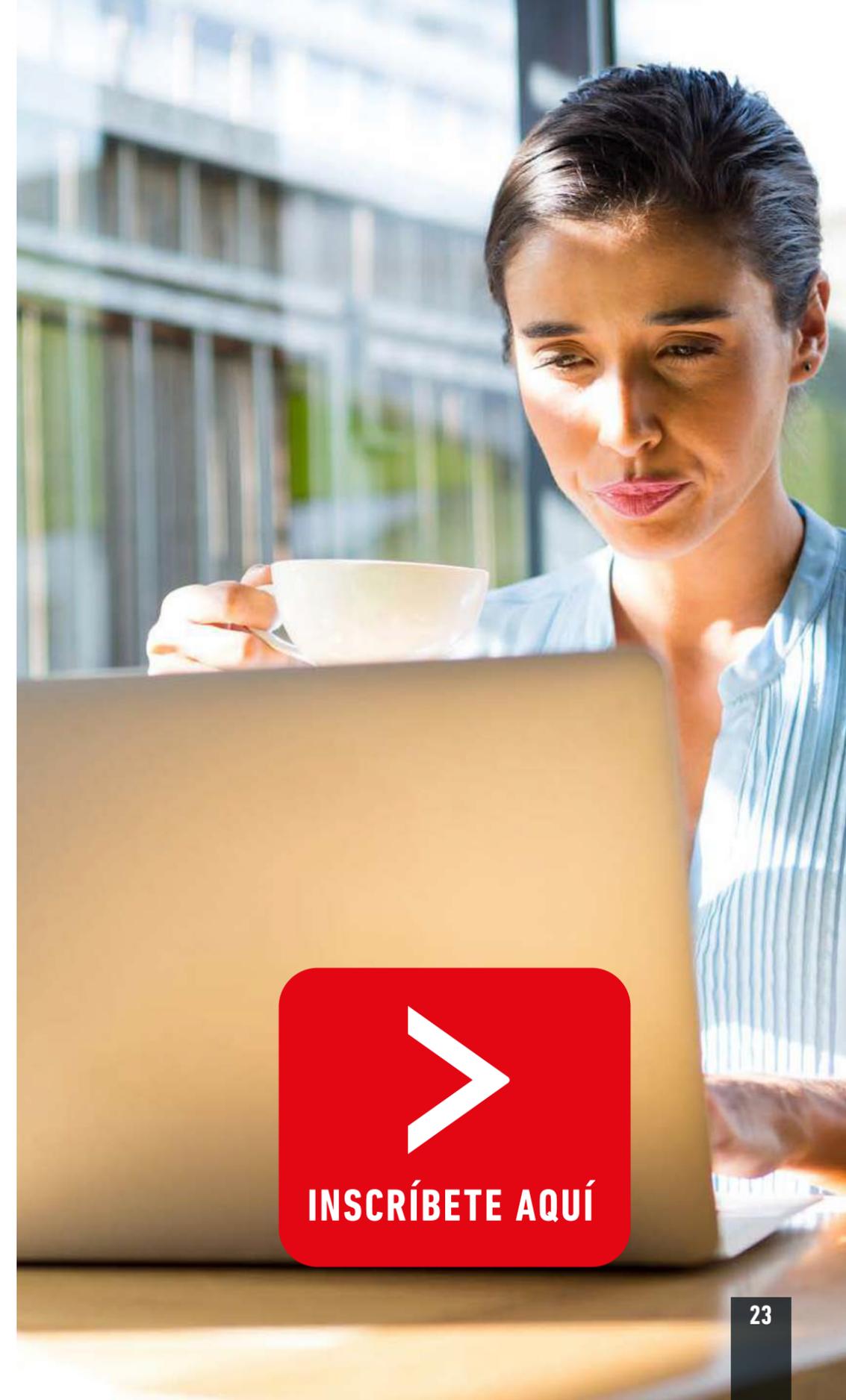


**HORAS DE ESTUDIO  
DIPLOMADO**  
364 horas  
Totales



**HORARIO**  
Contenido disponible  
24/7 en CANVAS

*Todos los programas están certificados académicamente por la Universidad de los Andes e impartidos por UA Blended. El orden de los cursos puede cambiar sin previo aviso. \*\*La Universidad se reserva el derecho de no dictar el programa si no llega al número mínimo de alumnos.*



**UANDES**  
*online*



Universidad de  
**los Andes**

ESCUELA DE  
ADMINISTRACIÓN  
DE SERVICIOS

FACULTAD DE  
CIENCIAS ECONÓMICAS  
Y EMPRESARIALES

FACULTAD DE  
INGENIERÍA Y CIENCIAS  
APLICADAS

**INFORMACIÓN DE CONTACTO:**

  **(+569) 7385 7985**

 [contacto@uandesonline.cl](mailto:contacto@uandesonline.cl)

 [@uandes\\_online](https://www.instagram.com/uandes_online)

 [/UANDESonline](https://www.facebook.com/UANDESonline)

 [/company/UANDESonline](https://www.linkedin.com/company/UANDESonline)

 [/@uandesonline](https://www.youtube.com/@uandesonline)



**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES**  
ACREDITADA EN TODAS LAS ÁREAS  
**NIVEL DE EXCELENCIA | 6 AÑOS**

Gestión Institucional, Docencia de Pregrado, Investigación,  
Vinculación con el Medio y Docencia de Postgrado.  
Hasta diciembre de 2028.

**uandesonline.cl**



**> IR POR MÁS**