

CO MU NI KIT



para emprender

Herramientas para crear,
ordenar, activar la
comunicación y potenciar
la comercialización.

MIXTA.

¿Por qué un Comunikit para emprender?



La comunicación, sus saberes específicos y sus técnicas constituyen herramientas centrales para conocer nuestros deseos, diseñar nuestras utopías (o desafíos) y construir los futuros que queremos para nuestros emprendimientos. Por eso compartimos este **COMUNikit para emprender**, una guía que recopila e integra herramientas de comunicación para emprendimientos que busca acompañar y potenciar la comercialización de sus productos y servicios, reconociendo las transformaciones que atraviesa la experiencia del trabajo en la actualidad.

Aborda la importancia de construir una identidad de marca coherente, comprender al público objetivo, y trazar un recorrido de comunicación desde el descubrimiento hasta la recomendación del cliente. Además, comparte claves para una comunicación efectiva, incluyendo la narrativa de marca y la elaboración de un mini discurso de venta, culminando con la selección de canales preferenciales y la planificación para fortalecer la visibilidad del negocio y sus ventas.

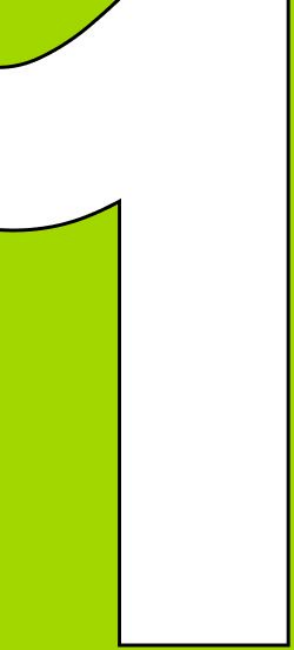
Ante los imperativos de aceleración y producción de información constante, en MIXTA creemos que parar la pelota para pensar y hacer una comunicación que conecte con ética y sentido, potencia nuestros negocios y a la vez transforma la manera en la que nos relacionamos cotidianamente.

**BUEN
CAMINO!**

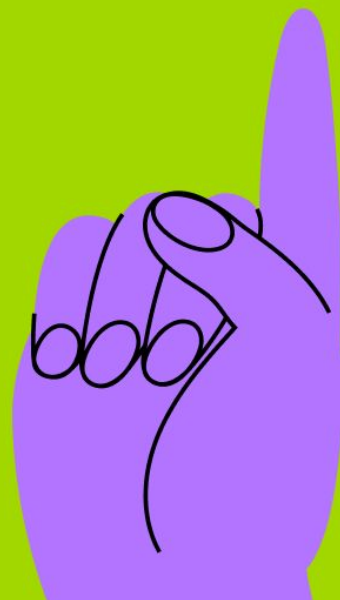
Maria Soledad Boiero y Florencia Agostina Guzmán

Directoras de **MIXTA** | estrategia, comunicación y experiencia





**¿Qué dice tu
marca sobre tu
emprendimiento?**



Identidad de Marca

¿Para qué sirve?

Te ayuda a comunicar con coherencia lo que hacés, a quién se lo ofrecés y por qué eso es valioso. **Es tu huella.**

PREGUNTAS PARA PENSAR TU IDENTIDAD:



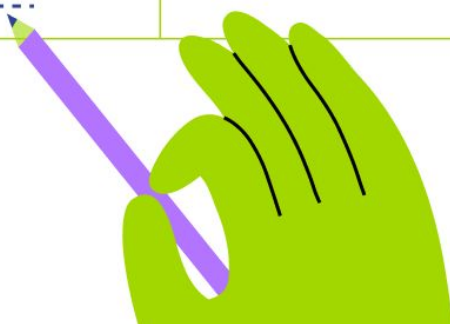
¿Qué problema resuelve tu emprendimiento?

¿Qué valores te guían?

¿Qué te diferencia de otros emprendimientos?

¿Cómo querés que te recuerden?

ELEMENTO	DEFINICIÓN / GUÍA BREVE	TU RESPUESTA
Propósito	¿Para qué existe tu marca?	
Valores	¿Qué es importante para vos como proyecto?	
Personalidad de marca	¿Tu tono es cálido, técnico, joven, formal?	
Misión	¿Qué hacés hoy y para quién?	
Visión	¿Qué soñás lograr a futuro?	



2.

¿A **quién** le
hablás?



Mapa de Públicos

¿Para qué sirve?

Para saber a quién le hablás, dónde están tus públicos y cómo conectan con tu marca. **Esto ordena tu estrategia y mensajes.**

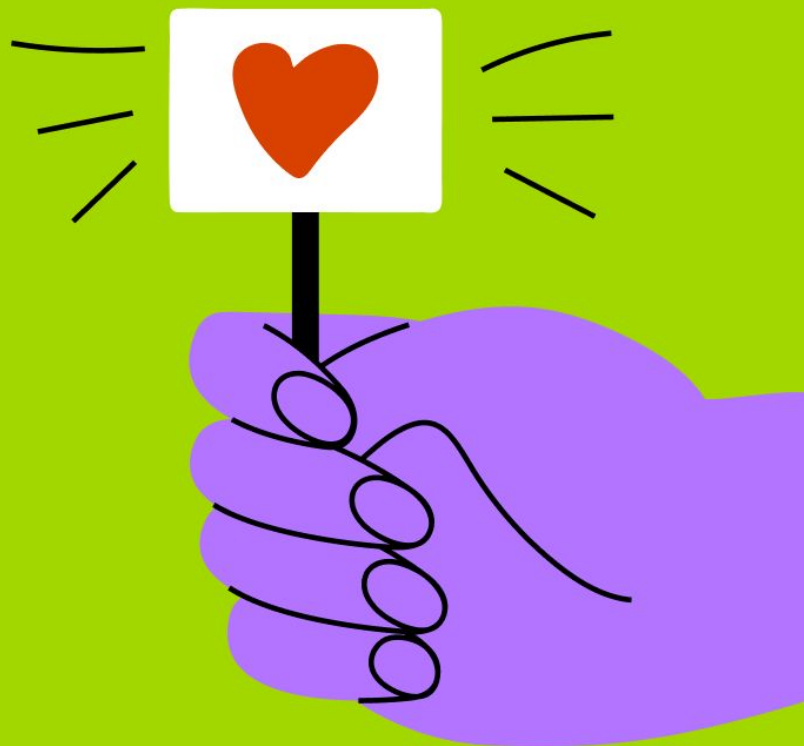
PÚBLICO	¿QUÉ ESPERA DE VOS?	¿DÓNDE ESTÁ? (CANAL O LUGAR)	¿CÓMO CONECTAR CON ESE PÚBLICO?



Tip: Pensá en clientes, aliados/as, referentes del rubro, comunidad cercana, etc.

3.

**¿Cómo te
encuentran, eligen
y recomiendan?**

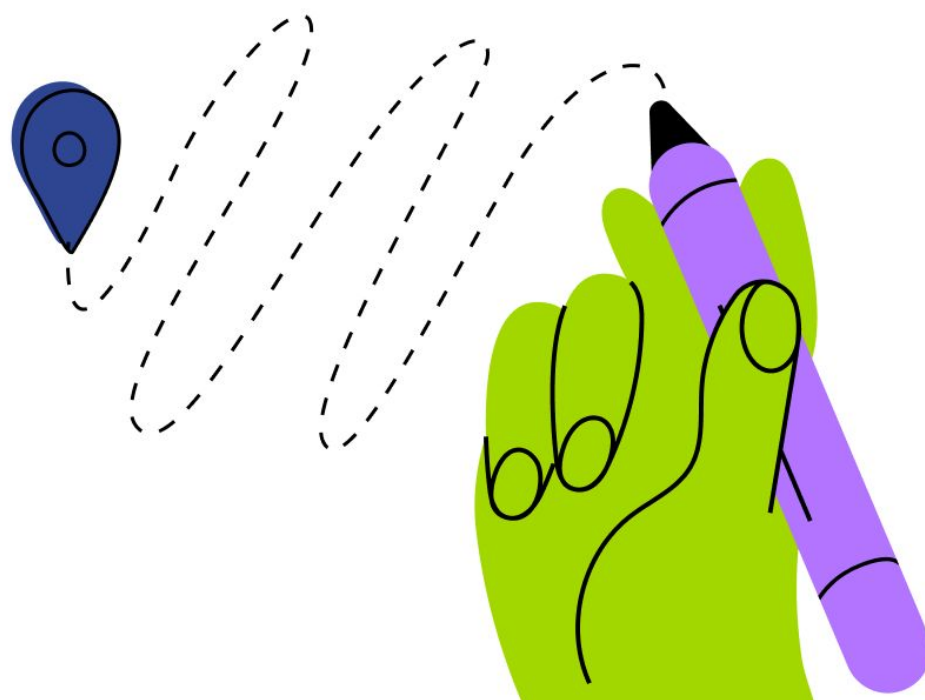


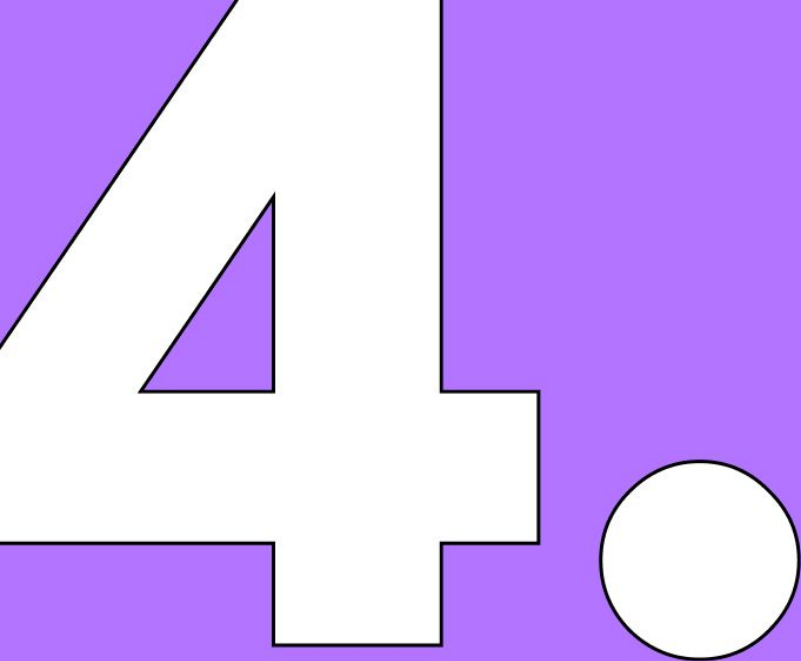
Recorrido de Comunicación

¿Para qué sirve?

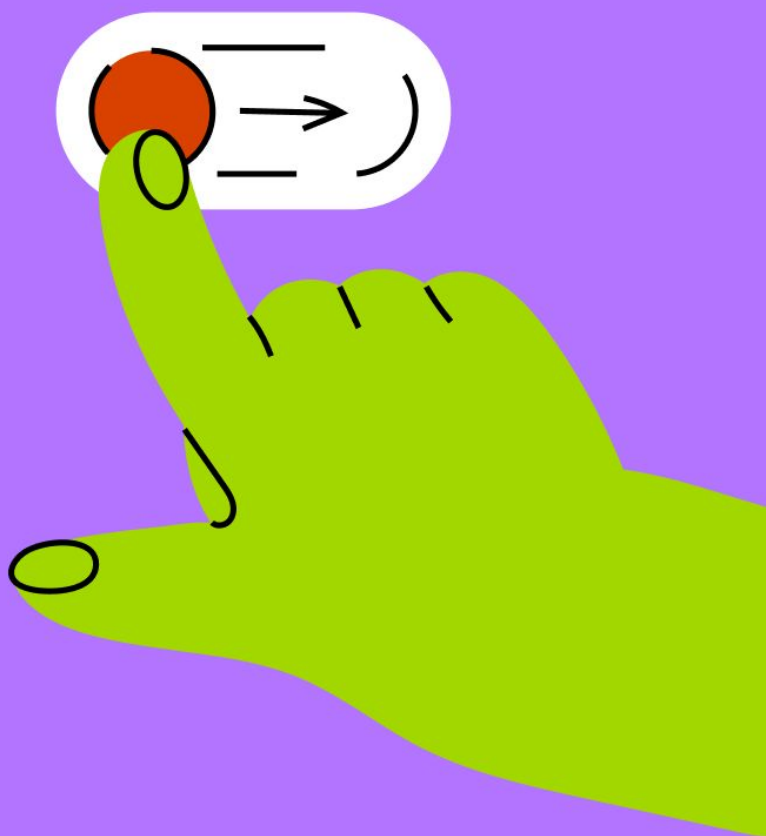
Para entender los puntos de contacto que tiene un público con tu marca:
desde que te conoce hasta que te recomienda

ETAPA	¿QUÉ HACE EL CLIENTE?	¿QUÉ HACÉS VOS? (COMUNICACIÓN)	¿POR QUÉ CANAL?
1. Te descubre			
2. Te empieza a conocer			
3. Decide comprarte			
4. Vuelve o recomienda			





Claves para comunicar con efectividad

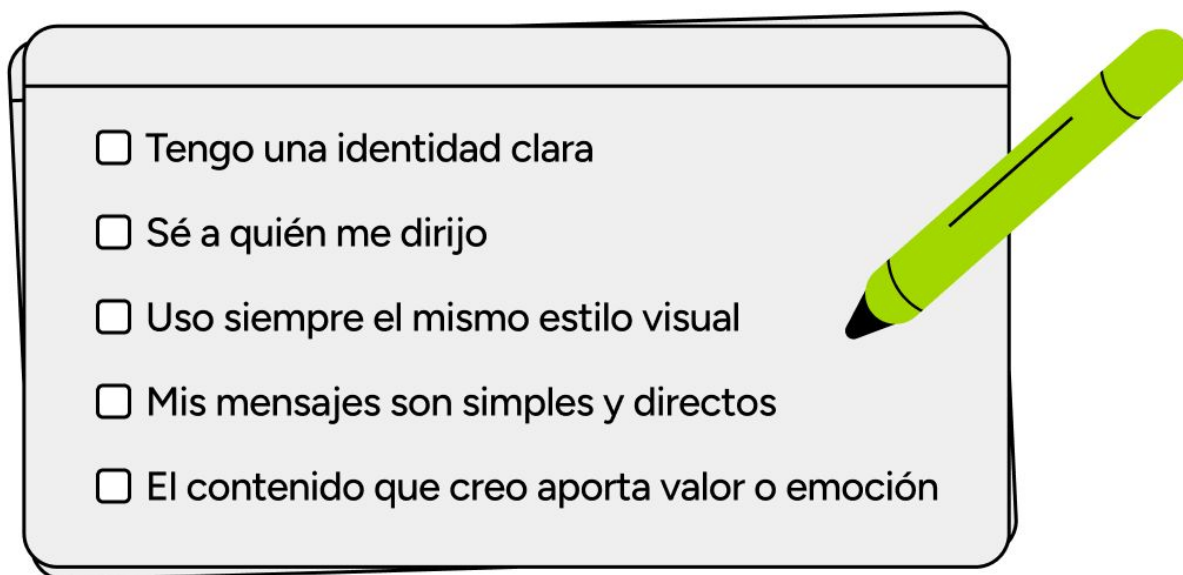


Claves para comunicar con efectividad

¿Para qué sirve?

Para que tu marca se vea clara, auténtica y coherente

CHECKLIST DE COMUNICACIÓN EFECTIVA

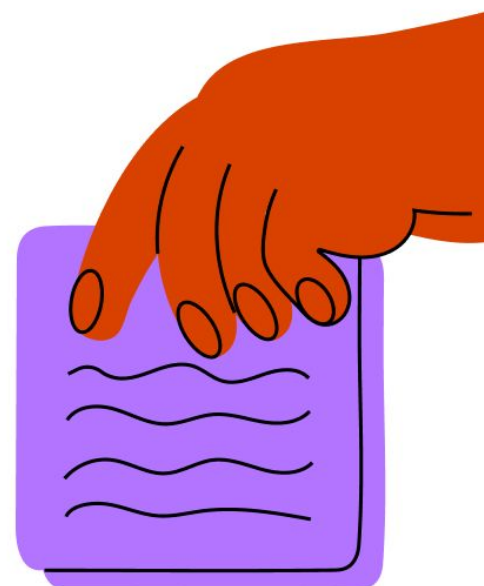


NARRATIVA DE MARCA

¿Tu contenido cuenta una historia?

¿Compartís testimonios, desafíos, aprendizajes?

¿Tu voz tiene consistencia en todos los canales?



Claves para comunicar con efectividad

¿Para qué sirve?

CÓMO HACER TU MINI DISCURSO DE VENTA

Un elevator pitch es una presentación breve (de 30 a 60 segundos) que resume tu emprendimiento o producto de forma clara y convincente. Sirve para captar la atención en muy poco tiempo y dejar una idea clara de lo que hacés y qué valor ofrecés.

TIPS PARA ARMARLO:



Decí qué hacés y para quién.

Mostrá cuál es tu diferencial.

Cerrá con una invitación, acción o beneficio.

EJEMPLOS:

“

“Hola, soy Lucía y tengo una marca de cosmética natural. Hacemos productos hechos a mano con ingredientes orgánicos, pensados para pieles sensibles. Buscamos que el cuidado personal sea sustentable, sano y accesible para todxs.”

“Diseñamos juegos didácticos para infancias neurodiversas. Nuestro objetivo es acompañar el aprendizaje con herramientas inclusivas y creativas.”

“Ofrezco un servicio de viandas saludables y listas para calentar. Cocinamos con productos de estación y hacemos entregas semanales para que comer rico y sano sea fácil.”

”





Canales y planificación

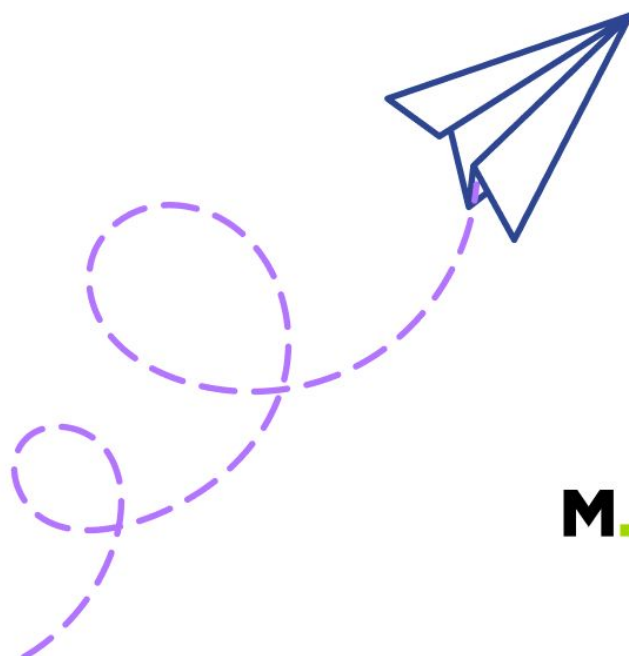


Canales y planificación

¿Para qué sirve?

Para no dispersarte: elegir los canales donde sí tiene sentido estar, con objetivos claros.

CANAL	OBJETIVO (VISIBILIDAD, VENTA, FIDELIZAR)	TIPO DE CONTENIDO	FRECUENCIA IDEAL



Bibliografía y herramientas útiles

- Manual de Comunicación para Organizaciones Sociales (INTRAC / APC)
- Manual Behavioral Design – Cómo diseñar comportamientos

HERRAMIENTAS RECOMENDADAS:



[Canva](#)

Diseño gráfico y presentaciones



[CapCut](#)

App para edición de video



[InShot](#)

App para edición de video



[Metricool](#)

Planificación y análisis de redes



[Gamma](#)

Creación de presentaciones dinámicas



[Notion](#)

Organización de contenidos y gestión



[ChatGPT](#)

Ideación, redacción y revisión de contenidos



[Freepik](#)

Genera imágenes con posibilidades de edición

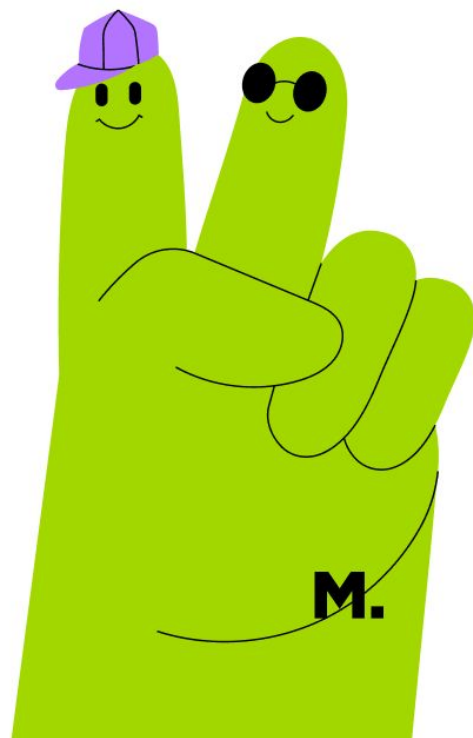


[Notebooklm](#)

Para uso profesional en redacciones periodísticas, el modelo trabaja únicamente con la información que le proveemos. Crea podcast

Diseño editorial:

Aurelia Lila Olmedo



COMUNIKIT

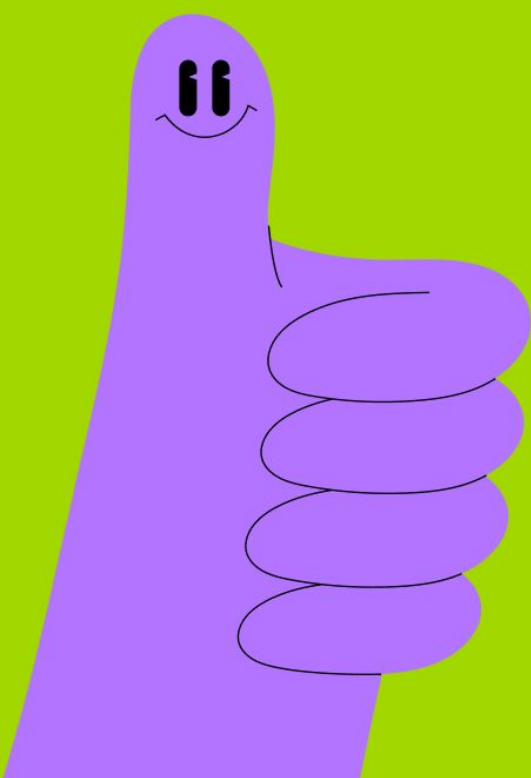
para emprender



www.mixta.com.ar



hola@mixta.com.ar



MIXTA.