Canvas de Comunicación *para Empresas Sostenibles*

Nueve bloques para ordenar, en una hoja, las decisiones que sostienen la reputación, la confianza y las ventas de tu negocio.

Publica pruebas, no promesas.

CÓMO USARLO — Empieza por el bloque 01 (unos 45 minutos) → Llena los nueve en una sesión → Revísalo el último viernes de cada mes

01 Definición estratégica

Vende soluciones, no productos

- [ ] ¿Qué problema resuelvo? (desde el cliente)
- [ ] ¿Qué gana el cliente cuando me elige?
- [ ] ¿Cuál es mi diferencial verificable?

FÓRMULA DE PROPUESTA DE VALOR
Verbo + Cliente + Beneficio + Producto + Garantía

- [ ] Cliente definido: B2C (familias) o B2B (restaurantes, hoteles, tiendas)

02 Identidad corporativa

El traductor de circularidad

- [ ] Logo coherente y legible en pequeño
- [ ] Paleta de 3 a 4 colores
- [ ] Slogan: qué haces y para quién
- [ ] Tono de voz en una frase
- [ ] Manifiesto: qué defiendes y qué rechazas

03 Ecosistema digital unificado

Que te encuentren en menos de tres clics

- [ ] Web propia, aunque sea una página
- [ ] Perfil de Negocio de Google verificado
- [ ] Biografía igual en todas las redes
- [ ] Un solo enlace de conversión → WhatsApp
- [ ] Mail corporativo activo

04 Estrategia de contenidos

Pruebas, no solo promesas

- [ ] La prueba: foto o video del proceso
- [ ] La educación: consejos útiles
- [ ] La humanización: el equipo y las manos
- [ ] Regla 3-2-1: tres de prueba, dos de educación, una de humanización

05 Confianza · garantía de origen

¿Quién da fe de tu trabajo?

- A Aval técnico o estatal: certificación, registro sanitario
- B Aval social o local: gremio, municipalidad, ONG
- C Verificación por evidencia: trazabilidad visible

- [ ] Al menos un aval en cada punto de contacto

06 Gestión comercial

WhatsApp para cerrar ventas, no solo para conversar

- [ ] Catálogo digital con precios y tiempos
- [ ] Respuestas automáticas a lo frecuente
- [ ] Clientes segmentados
- [ ] Cartel con promesa de valor en ferias
- [ ] Base de datos: quién compró qué

07 Alianzas y gobernanza territorial

Crece vendiendo con otros, no contra otros

- [ ] Socio local identificado
- [ ] Contacto municipal activo
- [ ] Intercambio de insumos o servicios
- [ ] Ferias y redes sectoriales

08 Marca personal y networking

Tu voz abre puertas que tu logo no

- [ ] ¿Qué problema resuelves tú?
- [ ] ¿Qué historia conecta tu trayectoria con tu negocio?
- [ ] ¿Quiénes son tus aliados y voceros?
- [ ] ¿En qué espacios tu firma abre oportunidades?
- [ ] LinkedIn activo, con postura propia

09 Indicadores de gestión

Medir para decidir, no para adornar · tablero mínimo: seis filas, una columna por mes

CONSULTAS	CANAL	PRODUCTO ESTRELLA	PRODUCTO QUE NO SALIÓ	RECOMPRA	CONTENIDO
¿Cuántas recibiste, por canal y por semana?	¿Qué canal de ventas funciona más?	¿Cuál fue, y por qué?	¿Cuál fue, y por qué?	¿Cuántos clientes repiten?	¿Cuál tuvo más alcance o conversión?

© Violeta Costilla · Canvas de Comunicación para Empresas Sostenibles · Edición 2026

Nació en un taller con jóvenes por una agroecología circular, con Impulso Circular Media · violetacostilla.com · se puede imprimir y compartir citando a la autora