



CANALES

Los canales de comunicación se estructuran a partir de la combinación de acciones directas e indirectas, con el objetivo de llegar de manera eficaz al público objetivo. La **comunicación directa** permite establecer un contacto más cercano, personalizado y bidireccional con los usuarios, favoreciendo la confianza, la resolución de dudas y la creación de relaciones duraderas. Por su parte, la **comunicación indirecta** se basa en campañas y acciones publicitarias orientadas a aumentar la visibilidad de la marca y a reforzar su presencia en el mercado.

A estos canales se suman las **redes sociales** y la **página web**, que actúan como espacios clave para la difusión de contenidos, la interacción continua con los usuarios y el fortalecimiento de la identidad y la imagen de la marca. Estas plataformas permiten compartir información relevante, novedades y valores del proyecto, al mismo tiempo que facilitan la participación activa del público.

Además, la implementación de **herramientas SEO** en Google resulta fundamental para mejorar el posicionamiento online, incrementar el tráfico hacia la página web y facilitar que el público encuentre la información de forma rápida, clara y eficaz. De este modo, se garantiza una comunicación coherente, accesible y alineada con los objetivos del proyecto.