

Nuestra estrategia de canales para la aplicación móvil se centra en garantizar que la propuesta de valor llegue de manera efectiva a los distintos segmentos de clientes. En primer lugar, los canales de comunicación se apoyarán en una página *web* oficial que servirá como espacio de referencia para explicar las funcionalidades de la aplicación y resolver dudas frecuentes.

Además, se utilizarán redes sociales como *Instagram*, *TikTok*, *Facebook* y *X* para generar alcance y percepción mediante campañas segmentadas y publicaciones que fomenten la interacción. El correo electrónico permitirá mantener informados a los usuarios a través de boletines con novedades y actualizaciones, mientras que el foro integrado en la propia aplicación funcionará como un espacio de comunicación directa entre los usuarios y el equipo, fortaleciendo la comunidad.

En cuanto a los canales de distribución, la aplicación estará disponible en las principales tiendas digitales, como *App Store & Google Play*, lo que asegura un acceso inmediato y seguro para los clientes. La página *web* también ofrecerá enlaces directos de descarga, facilitando la incorporación de nuevos usuarios. Asimismo, se establecerán colaboraciones con organizadores de eventos locales, quienes podrán recomendar la *app* como herramienta útil para consultar y participar en actividades cercanas.

Respecto a los canales de venta, se adoptará un modelo *freemium* que permitirá la descarga gratuita con funciones básicas y ofrecerá una suscripción *premium* para acceder a ventajas exclusivas, como filtros avanzados de eventos o foros privados. La venta se gestionará directamente a través de las tiendas de aplicaciones, garantizando seguridad y confianza en el proceso de pago.

Finalmente, los canales se estructuran en cinco fases. La percepción se logrará mediante campañas en redes sociales y colaboraciones con actores locales. La evaluación se facilitará a través de la página *web*, reseñas en las tiendas de aplicaciones y testimonios de usuarios. La compra o descarga se realizará de forma sencilla en App Store y Google Play. La entrega se concretará con la instalación automática en los dispositivos móviles. La postventa se sostendrá mediante soporte técnico por correo electrónico, el foro integrado y actualizaciones periódicas que mantendrán la aplicación en constante mejora.

De este modo, la estrategia de comunicación, distribución y venta se articula en torno a canales digitales que permiten llegar de forma directa y segmentada a los usuarios interesados en eventos locales, reforzando la propuesta de valor con una experiencia comunitaria.