

CANALES

Los canales a través de los cuales la aplicación se comunica con sus usuarios y hace llegar su propuesta de valor están diseñados para ser accesibles, cercanos y coherentes con la naturaleza del proyecto. El principal punto de contacto es la propia aplicación móvil, que actúa como el centro de toda la experiencia: desde la creación de grupos hasta la comunicación entre participantes, la publicación de nuevas rutas y la gestión de actividades. La interfaz funciona como un canal directo, intuitivo y constante, donde los usuarios reciben notificaciones personalizadas, recomendaciones basadas en su nivel y avisos sobre nuevas salidas en los montes de Bizkaia. Este canal es esencial porque permite que la propuesta de valor —conectar personas para disfrutar de la montaña de forma segura y acompañada— llegue de manera inmediata y práctica.

Además de la aplicación, la empresa utiliza redes sociales para ampliar su alcance y atraer a nuevos usuarios. Plataformas como Instagram, TikTok o Facebook permiten mostrar la experiencia real de las salidas, compartir fotografías de rutas, testimonios de participantes y consejos sobre seguridad y sostenibilidad en la montaña. Este tipo de contenido genera confianza, inspira a quienes aún no se han animado a unirse y refuerza la idea de comunidad activa. También facilita que personas que no conocían la aplicación descubran su utilidad a través de publicaciones compartidas o recomendaciones de otros usuarios. Las redes sociales funcionan, por tanto, como un canal de difusión emocional y visual, ideal para transmitir el espíritu de la iniciativa.

Otro canal importante es la colaboración con asociaciones de montaña, clubes locales y entidades vinculadas al entorno natural de Bizkaia. A través de estas alianzas, la aplicación puede darse a conocer en entornos donde ya existe un interés por las actividades al aire libre. Charlas, eventos, rutas conjuntas o presencia en actividades organizadas por estas entidades permiten llegar a un público que valora la seguridad, la experiencia y el respeto por el entorno. Este tipo de comunicación más directa y presencial refuerza la credibilidad del proyecto y facilita que los usuarios potenciales entiendan el valor añadido de unirse a grupos guiados y organizados.

Finalmente, la empresa utiliza canales informativos como blogs, newsletters y contenido educativo para reforzar su propuesta de valor. Estos espacios permiten compartir artículos sobre buenas prácticas en montaña, recomendaciones de material, información sobre los ODS relacionados con la naturaleza y reflexiones sobre el impacto positivo de las actividades al aire libre. Este tipo de comunicación no solo atrae a usuarios interesados en aprender, sino que también posiciona a la aplicación como una referencia en el ámbito del senderismo responsable en Bizkaia. En conjunto, todos estos canales —la app, las redes sociales, las colaboraciones locales y los contenidos educativos— trabajan de forma complementaria para conectar con los distintos segmentos de clientes y transmitir una propuesta de valor clara, cercana y alineada con el respeto al entorno natural.