



## 3. Brief de comunicación de la campaña de publicidad institucional

---

### 3.1. Introducción

---

### 3.2. Enfoque de comunicación

---

### 3.3. Objetivos de comunicación

---

### 3.4. Criterios de conversión

---

### 3.5. Públicos objetivos

---

### 3.6. Tono y estilo de comunicación

---

### 3.7. Emisor de la campaña

---

### 3.8. Lenguaje

---