

DELIA Sur



PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

Plan Estratégico de Comunicaciones

© Asociación DELIA Sur; 2025

Se permite la reproducción total o parcial de este documento siempre que se mencione la fuente original y se haga sin fines lucrativos.

Para más información sobre los temas tratados en este documento, póngase en contacto con nosotros a través del correo electrónico:
deliasur.info@gmail.com

CONTENIDOS

1.	Información General.....	3
2.	Definición de Objetivos.....	3
3.	Público Objetivo.....	3
4.	Servicios.....	4
5.	Medios de Comunicación.....	4
5.1.	Redes Sociales.....	4
5.2.	Otros.....	4

1. Información General.

La asociación DELIA Sur, se constituye el 16 de Octubre del año 2024 en el municipio de Arona, como una entidad sin ánimo de lucro, de carácter social, de duración indefinida, que surge para la integración y atención de personas en riesgo de exclusión social.

DELIA Sur, goza de personalidad jurídica propia y plena capacidad, jurídica y de obrar para el cumplimiento de sus fines, de acuerdo a la Ley 4/2003, de 28 de febrero, de Asociaciones de Canarias., la legislación de general aplicación y demás disposiciones complementarias y por los Estatutos, hallándose debidamente inscrita en el Registro de Asociaciones y en cualquier otro que le sea de aplicación.

2. Definición de Objetivos.

Para definir los aspectos sobre los que se centra el Plan de Comunicación, se establecen objetivos comunicativos concretos, cuyos resultados pueden ser evaluados a corto, medio y largo plazo.

- a. Mejorar el proceso de comunicación con los/as usuarios/as, proveedores externos, Organismos Públicos y Privados, y terceros.
- b. Generar confianza y credibilidad con las personas que forman parte de la asociación.
- c. Conseguir mayor difusión de las actividades, eventos y servicios que brinda la asociación en los medios de comunicación tradicionales y digitales.
- d. Fomentar la interacción de los/as seguidores y seguidoras de redes sociales.
- e. Conseguir ingreso de nuevos/as socios/as.

3. Público Objetivo.

El público al que va dirigido el Plan de Comunicación desarrollado por DELIA Sur se clasifica en cuatro grupos. Esta clasificación se realiza en función del nivel de relación que se presenta con la asociación.

a. Público Activo.

Conjunto de personas que se encuentran vinculadas directamente con la asociación. Se hace referencia, por tanto, a los/as usuarios/as, junta directiva, miembros y socios en activo, trabajadores/as, personas voluntarias y alumnos/as en prácticas (si fuese el caso).

b. Público Informado.

Conjunto de personas que no se encuentran vinculadas directamente con la asociación, pero están informadas y sensibilizadas sobre las actividades, eventos, servicios y actuaciones que se realizan. Por ejemplo, el Área de Servicios Sociales del Ayuntamiento de Arona, u otros Organismos Públicos.

a. Público Latente.

Este público está formado por personas con edades comprendidas entre 18 y 70 años de edad (aunque siempre haya excepciones como menores de edad, etc.) que puedan mostrarse interesados sobre las actividades que se realizan en la asociación, pero no han obtenido información previa sobre los servicios o actuaciones que se llevan a cabo.

En este sector se alude a residentes del municipio de Arona u otros municipios, estudiantes, personas asociadas a otras organizaciones sin ánimo de lucro, y público en general.

a. No Público:

Este grupo está formado por personas que no ha mostrado interés por temas de índole social. De la anterior clasificación se puede concluir que el Plan de Comunicación de la asociación DELIA Sur debe potenciar su capacidad de influencia sobre el público latente.

4. Servicios.

No hay información disponible.

5. Medios de Comunicación.

5.1. Redes Sociales.

1. Facebook.

Facebook es una de las redes sociales que tiene la asociación, y fue creada en el año 2024. El perfil de la asociación es activo, ya que de forma frecuente se realizan publicaciones de las actividades o eventos que se desarrollan, así como las novedades de los reglamentos, colaboraciones, patrocinios, etc.

2. Instagram.

Instagram es una red social dónde se pueden ir subiendo fotos y videos de todas las actividades que se van a realizar o que ya se han llevado a cabo, así como los carteles informativos sobre los eventos previstos.

5.2. Otros.

1. Página Web.

La página web de nuestra asociación es una herramienta clave para conectar con nuestros públicos de interés, compartir información relevante y cumplir nuestra misión. Diseñada para ser accesible, informativa y funcional, esta plataforma refleja los valores y objetivos de nuestra organización.

Los objetivos principales del sitio web son:

- ✖ **Informar:** Proveer información clara sobre nuestra misión, visión y actividades.
- ✖ **Conectar:** Facilitar la interacción con nuestros miembros, colaboradores y público en general.
- ✖ **Involucrar:** Promover la participación activa en nuestras iniciativas.
- ✖ **Visibilizar:** Incrementar la presencia digital de nuestra asociación para atraer más socios, voluntarios o donantes.

Entre el público objetivo se encuentran:

- ✖ Miembros actuales de la asociación.
- ✖ Potenciales socios, voluntarios o donantes.
- ✖ Personas interesadas en nuestra causa o sector.
- ✖ Instituciones aliadas, tanto públicas como privadas.

Y, por último, las características principales de la página web de la asociación DELIA Sur son:

- **Diseño intuitivo y amigable:** Facilita la navegación para cualquier usuario, con un enfoque en la usabilidad.
- **Contenido actualizado:** Noticias, actividades, eventos, y recursos importantes de la asociación.
- **Formulario de contacto:** Espacio donde los usuarios pueden enviar consultas, sugerencias o propuestas.
- **Sección de donaciones o membresías:** Herramientas para apoyar financieramente o unirse como miembro activo.
- **Blog o boletín informativo:** Publicaciones periódicas con temas de interés.
- **Integración con redes sociales:** Permite un flujo constante de comunicación multiplataforma.