



# PLAN DE COMUNICACIÓN

# PRINCIPIO GENERAL

**INFORMACIÓN + COMUNICACIÓN**

**“Sistema fundamental para evolucionar”**

**¿Cómo lograr desde ADIVA la mejor respuesta?**

**Dando a conocer a toda la ciudadanía y colectivos,  
la totalidad de las acciones y actividades  
que realizamos.**

# OBJETIVOS

- 1.- Crear una cultura perenne de comunicación, tanto interna como externa, para reforzar la "Marca Adiva Valladolid".
- 2.- Lograr el flujo de información adecuado para socios y familiares, así como para adquirir la máxima adhesión de instituciones, entidades, empresas, medios de prensa y otros colectivos.
- 3.- Ofrecer una clara y total información sobre la misión, acciones y contribución social de nuestra Asociación, mediante un sistema uniforme en contenidos y estilo también respetuoso con la eficiencia ecológica.

# ACCIONES DESARROLLO (1)

## INTERNAS

1. Elaborar y difundir calendario con fechas clave, de actividades importantes: asamblea, memoria, marcha, día mundial, campamento, etc. (G1).
2. Promover para los asociados y familiares, acciones comunes junto a jornadas de formación e interrelación: conferencias, celebraciones, encuentros, campañas, acuerdos, premios, viajes, concursos, visitas culturales... (Página web) (G1).
3. Determinar reclamos de publicidad directa, como fórmula extensiva de adhesión, imagen y promoción (insignias, bolsas, camisetas, bufandas, llaveros, gorras, etc.). (G1).
4. Uniformar al personal directivo de Adiva que ejerza representación en actos institucionales de cualquier tipo y condición, con el fin de identificar y dar a conocer la presencia de nuestra Asociación. (G1).

# ACCIONES DESARROLLO (2)

## EXTERNAS

1. Divulgar e informar coordinadamente de todas las acciones, actos y noticias generadas por Adiva (Comunicados y Página web) (G23456).
2. Invitar a los actos de interés organizados por Adiva, a los representantes de colectivos sociales (instituciones públicas, empresas, entidades, medios de prensa, profesionales, otros grupos... ), como sistema para acentuar nuestra presencia y contribución social (G23456).
3. Efectuar acciones de publicidad y visibilización global: logotipo, díptico, carteles, anuncios, concursos, premios, exposiciones, paneles urbanos, autobuses, etc. (G23456).
4. Suscribir Acuerdos con grupos y colectivos públicos que se hagan eco, informen y expandan las variadas actividades nacidas en el seno de Adiva. (G23456).

# PROTOCOLO SELECTIVO



# DESTINATARIOS

- G1.- Socios y familiares VA.  
Asociaciones Fadcyl- .**
- G2.- Junta: Presidencia-C. de Sanidad.  
Ayuntamiento: Alcaldía-Salud-Part. Ciudadana-Tráfico y  
Movilidad-Familia y S. Sociales-Policía M.  
Diputación: Presidencia-Servicios Sociales-Turismo.**
- G3.- Prensa: Agencias-Diarios-Radios-La 8 TV.**
- G4.- Empresas y acuerdos: APDV-**
- G5.- Profesionales: Médicos-Farmacia-Enfermería-Podología.  
Fundaciones-Laboratorios.**
- G6.- Otros Colectivos: FF. AA.-Guardia Civil-Policía Nacional-  
Federaciones-Clubes-**