

Plan de Comunicación

2025-2029

Revisión	Descripción del cambio	Fecha
V.1	Aprobación inicial en reunión del Patronato del IdISBa	25.06.2025

Índice

1. Introducción	1
2. Análisis DAFO	2
3. Objetivos	3
3.1 Comunicación interna	3
3.2 Comunicación externa.....	3
3.3 Fortalecimiento de la marca IdISBa	3
3.4 Fomento del mecenazgo y participación de actores no científicos	3
4. Destinatarios	3
5. Estrategia	4
6. Recursos humanos	5
7. Canales de comunicación	5
8. Plan de actuación	8
8.1 Objetivo estratégico 1: Comunicación interna del Instituto	8
8.2 Objetivo estratégico 2: Comunicación externa del Instituto	10
8.3 Objetivo estratégico 3: FORTALECIMIENTO DE LA MARCA IdISBa	11
8.4 Objetivo estratégico 4: Fomento del mecenazgo y la participación ciudadana	13
9. Cuadro resumen del plan de acción	14
10. Presupuesto	19

1. Introducción

El Instituto de Investigación Sanitaria de las Illes Balears (IdISBa) fue creado con el propósito de convertirse en un referente en investigación sanitaria. Este objetivo se materializó en enero de 2019, cuando obtuvo la acreditación del Instituto de Salud Carlos III (ISCIII). Posteriormente, en enero de 2024, el IdISBa logró su reacreditación por un período de cinco años, reafirmando así su papel destacado en el panorama de la investigación sanitaria nacional e internacional.

El IdISBa sitúa a la comunidad autónoma de las Illes Balears en la vanguardia de la investigación en salud en España, contribuyendo de forma significativa al avance del conocimiento científico. En un mundo cada vez más globalizado e interconectado, la comunicación se ha consolidado como un pilar estratégico para garantizar que los avances y conocimientos generados lleguen de forma clara, precisa y efectiva a todos los públicos. La comunicación no solo facilita la divulgación científica, sino que también fortalece las relaciones con los diferentes actores implicados, tanto del ámbito científico como de la sociedad en general, promoviendo una participación activa de la ciudadanía en los procesos de investigación.

El presente Plan de Comunicación 2025-2029 tiene como finalidad establecer una estrategia integral que defina con claridad el posicionamiento del IdISBa, identifique sus públicos prioritarios y determine las mejores vías para interactuar con ellos. Para ello, se tendrán en cuenta tanto las dinámicas internas del Instituto como el contexto externo en el que desarrolla su actividad. Responder de manera estratégica a cuestiones clave como "¿Dónde estamos?", "¿A quién queremos llegar?" y "¿Cómo queremos hacerlo?" será esencial para el éxito de esta planificación.

El plan contempla dos dimensiones fundamentales de la comunicación: la interna y la externa.

. **La comunicación interna** es esencial para reforzar la cohesión entre los profesionales del Instituto, promoviendo una cultura organizativa basada en la colaboración, la participación y la innovación. Se busca que todos los agentes que conforman el IdISBa se sientan parte activa del proyecto, generando sinergias que fortalezcan la estructura interna y optimicen los procesos de trabajo.

. **La comunicación externa** se configura como una herramienta estratégica para construir, proyectar y consolidar relaciones con una amplia variedad de públicos: instituciones científicas, organismos gubernamentales, profesionales de la salud, medios de comunicación y la sociedad en su conjunto. A través de esta comunicación, el IdISBa transmitirá los avances y beneficios derivados de su actividad investigadora, al mismo tiempo que recogerá las inquietudes, expectativas y propuestas de los diferentes grupos de interés.

En definitiva, este Plan de Comunicación busca elaborar una estrategia coherente, adaptada a las necesidades y al entorno del IdISBa. A través de su implementación, se aspira a consolidar el liderazgo del Instituto en el ámbito de la investigación sanitaria, ampliando su impacto tanto en la comunidad científica como en la sociedad, donde la difusión y la comprensión de los avances en salud son cada vez más relevantes.

2. Análisis DAFO

Dificultades y limitaciones internas

DEBILIDADES

- Persistencia de la baja notoriedad de la marca IdISBa entre la ciudadanía balear y ciertos colectivos profesionales.
- infrautilización de los canales de comunicación bidireccionales con la sociedad (feedback y participación).
- Recursos humanos limitados en la Unidad de Comunicación para afrontar el aumento de demandas y canales digitales.
- Escasa alineación comunicativa entre todas las entidades consorciadas (IBSalut, UIB, etc.).

- Reacreditación reciente del ISCIII (2024): refuerza el prestigio y legitima el discurso comunicativo del IdISBa.
- Gran capital humano: investigadores e investigadoras con resultados relevantes y ganas de difundir la investigación.
- Buena colaboración con la Consejería de Salud y acceso a medios institucionales de difusión
- Capacidad de organizar eventos con alta calidad científica y buena acogida mediática.
- Disponibilidad de datos de impacto: producción científica, proyectos activos, ensayos clínicos, etc., que aporten valor tangible.

FORTALEZAS

Características y habilidades internas

Dificultades y limitaciones externas

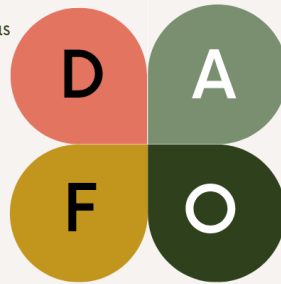
AMENAZAS

- Saturación informativa en medios y redes: dificultad para destacar la investigación sanitaria frente a otros contenidos virales.
- Escasa cultura científica en ciertos sectores de la población: riesgo de desinformación o interpretaciones erróneas.
- Creciente competencia con otros institutos de investigación estatal e internacional para captar financiación, talento y visibilidad.
- Dependencia de fondos públicos y cambios políticos que pueden afectar al apoyo a la comunicación científica.

- Aumento del interés ciudadano por la investigación en salud a raíz de la pandemia y del cambio climático.
- Consolidación de las redes sociales como canales de comunicación directa con la ciudadanía y los pacientes.
- Crecimiento de la ciencia abierta y de plataformas digitales para compartir conocimiento abiertamente.
- Implementación de la nueva web y portal del personal investigador: mejora la accesibilidad y transparencia.
- Posibilidad de liderar el relato sobre investigación sanitaria en las Islas Baleares como referente territorial.

OPORTUNIDADES

Características y habilidades externas



3. Objetivos

3.1 Comunicación interna

- Optimización de los canales de comunicación interna
- Fomento de la participación y difusión interna
- Elaborar la memoria científica anual del Instituto
- Reforzar comunicación con entidades del entorno IdISBa

3.2 Comunicación externa

- Renovación de la página web institucional y mantenimiento.
- Incremento de la visibilidad en medios
- Acciones de divulgación pública a la sociedad

3.3 Fortalecimiento de la marca IdISBa

- Reforzar la identidad corporativa.
- Potenciar relaciones institucionales e colaborativas
- Impulsar filiación

3.4 Fomento del mecenazgo y participación de actores no científicos

- Desarrollo de un plan de mecenazgo
- Impulso de la participación de actores no científicos.

4. Destinatarios

Podemos dividir el público objetivo en dos tipologías:

Agentes clave internos

- Profesionales del IdISBa: personal investigador, técnico y de gestión de la entidad.
- Miembros de los órganos asesores y dirección.

Agentes clave externos

- Centros del ámbito del Sistema Nacional de Salud, así como centros del ámbito internacional, tanto públicos como privados.
- Medios de comunicación generalistas y especializados.
- Gobierno de las Illes Balears, así como la Consejería de Salud.
- Estudiantes universitarios potenciales de dedicarse a la investigación sanitaria, así como jóvenes y niños que puedan desarrollar interés por la ciencia.

- Pacientes y asociaciones de pacientes, con el fin de promover una comunicación más cercana y efectiva.
- Sociedad en general, para sensibilizar y acercar el trabajo del instituto a la comunidad.

5. Estrategia

Para alcanzar los objetivos establecidos en este plan de comunicación, la estrategia se fundamenta en cuatro pilares clave:

1	Fomentar un flujo de comunicación interna abierto y eficiente entre el personal, con el propósito de facilitar la circulación de información y asegurar la visibilidad de los avances en las investigaciones.
2	Definir y comprender claramente al público al que nos dirigimos a través de una comunicación interna efectiva, lo que permitirá ajustar los mensajes con mayor precisión para satisfacer las necesidades particulares de cada grupo.
3	Potenciar la comunicación de la actividad investigadora y científica del IdISBa, ajustándonos a las herramientas de comunicación y al canal, en función del contenido y la audiencia a la que se dirige.
4	Establecer mecanismos que favorezcan la participación activa de todos los agentes internos y externos en los eventos y actividades organizadas por el Instituto, fomentando un entorno de colaboración y enriquecimiento mutuo en el intercambio de conocimientos.

6. Recursos humanos

Para llevar a cabo la estrategia mencionada anteriormente, el IdISBa cuenta con la siguiente estructura de recursos humanos:

- Unidad de Comunicación: el departamento está compuesto por dos personas; una responsable de la unidad y una de apoyo a la unidad.
- Gabinete de Comunicación de la Consejería de Salud: proporciona asesoramiento y apoyo técnico a la Unidad de Comunicación.

7. Canales de comunicación

Los canales de comunicación utilizados por el Instituto se dividen en dos grandes categorías: canales en línea y canales presenciales. Esta combinación permite mantener una comunicación fluida, accesible y adaptada a las distintas necesidades de los públicos internos y externos del IdISBa.

7.1 Canales en línea

Correo electrónico

El correo electrónico institucional (idisba.comunicacion@idisba.es) continúa siendo una herramienta clave en la estrategia de comunicación interna del IdISBa. Facilita el intercambio ágil y eficaz de información entre el personal de gestión, los investigadores y otros miembros del instituto. Asimismo, representa un canal fundamental para la comunicación con agentes externos, permitiendo establecer un contacto directo y profesional con la entidad.

Página web

El IdISBa se encuentra en pleno proceso de renovación integral de su página web con el objetivo de modernizarla y mejorar su accesibilidad, usabilidad y atractivo visual. Mientras se finaliza esta actualización, prevista para 2025, se sigue utilizando la versión actual, que ofrece información relevante sobre la actividad del instituto.

En la página principal se destacan datos clave como los grupos de investigación, el número de investigadores, los proyectos y ensayos clínicos en curso, las publicaciones científicas y las convocatorias abiertas. También se incluye un acceso directo a las redes sociales y un enlace para realizar donaciones en apoyo a la investigación en salud en las Illes Balears.

El apartado "Actualidad" permite a los usuarios descargar boletines de noticias, consultar el blog institucional y acceder a información sobre eventos, actividades formativas y cursos.

Además, se ha habilitado un buzón de sugerencias para recibir comentarios, quejas o propuestas de mejora por parte del público.

En la sección "Presentación" se pueden consultar documentos institucionales, económicos y las memorias científicas anuales desde 2014, que recogen los principales logros del instituto.

La web también ofrece acceso a las áreas científicas, los grupos de investigación, las publicaciones científicas y un listado actualizado de convocatorias. La sección de Recursos Humanos, accesible desde la página principal, incluye información sobre ofertas de empleo activas.

Portal Investigador - INTRANET

A través del Portal del Investigador, accesible desde la web del IdISBa (www.idisba.es), el personal investigador puede gestionar su perfil, consultar normativas internas y hacer seguimiento de la contabilidad de sus proyectos, entre otros servicios. Se prevé que la renovación de la web incluya mejoras significativas en esta plataforma.

Redes sociales

El IdISBa mantiene perfiles activos en las principales redes sociales (Facebook, X, Instagram y LinkedIn), desde donde difunde su actividad científica y fomenta una comunicación bidireccional con distintos sectores de la sociedad. Estos canales permiten interactuar con la comunidad y dar visibilidad al trabajo investigador del instituto.

Boletín de noticias

El IdISBa edita un boletín mensual que recoge noticias destacadas, actividades relevantes, convocatorias nacionales e internacionales, ofertas de empleo y eventos científicos. La suscripción está abierta a cualquier persona interesada y todos los boletines están disponibles en la página web.

Buzón de sugerencias

El instituto pone a disposición del personal y del público general un buzón de sugerencias disponible tanto en formato digital (a través de la web) como físico, ubicado en el Edificio S del Hospital Universitario Son Espases. Este canal facilita la recepción de comentarios, quejas o propuestas de mejora

7.2 Canales presenciales

Reuniones

Para garantizar una comunicación interna constante y efectiva, se organizarán reuniones interdepartamentales de forma periódica. Estas reuniones buscan fomentar la colaboración, generar sinergias entre equipos y compartir información relevante de manera directa.

Jornadas, eventos y *workshops*

El IdISBa organizará actividades puntuales como jornadas, eventos y talleres con el objetivo de fortalecer la cohesión interna y promover la colaboración entre los distintos actores que integran el instituto

Seminarios y conferencias

De manera semanal o quincenal, se celebran seminarios dirigidos tanto por investigadores del propio instituto como por profesionales externos. Estas sesiones, de aproximadamente una hora, están abiertas al público y se realizan en el Hospital Universitario Son Espases, con la opción de asistencia virtual mediante videoconferencia.

Memoria científica

Desde 2014, el IdISBa elabora y publica anualmente una memoria científica que recoge los principales avances y logros tanto en el ámbito de la investigación como en la gestión institucional. Esta publicación representa una herramienta clave de transparencia y rendición de cuentas.

8. Plan de actuación

A continuación se detallan las acciones que se llevarán a cabo para implementar la estrategia de comunicación.

8.1 Objetivo estratégico 1: Comunicación interna del Instituto

OBJETIVO 1	Comunicación Interna del Instituto		
Línea estratégica 1.1	Fomentar un flujo de comunicación interna abierto y eficiente entre el personal, con el propósito de facilitar la circulación de información y asegurar la visibilidad de los avances en las investigaciones.		
Objetivo operativo 1.1.1	Optimización e impulso de los canales de comunicación internos		
Fecha inicio:	2025	Fecha fin:	2029
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> • Correos electrónicos informativos: optimizar y potenciar el envío de correos internos a toda la comunidad investigadora. Envío de correos de difusión internos sobre actividades, convocatorias, jornadas, cursos, eventos y servicios de las plataformas de apoyo a la investigación. • Reuniones Interdepartamentales: Realizar reuniones con el equipo de gestión para actualizar las líneas estratégicas y la colaboración interdepartamental para mejorar la comunicación interna en gestión y así dar mejor servicio a los grupos de investigación. • Publicación de boletines internos: Envío mensual de boletines internos destacando y resumiendo la información más importante de cada mes. • Implementación de un buzón de sugerencias: Promover el uso del buzón de sugerencias e hacer llegar esta vía de comunicación a toda la comunidad. • Realización de una encuesta anual de satisfacción: Elaboración de una encuesta anual para valorar la satisfacción del personal con la comunicación interna • Accesibilidad de la documentación IdISBa a personal contratado y adscrito. Se establecerá y pondrá en marcha el procedimiento que garantizará que todo el personal contratado y adscrito pueda acceder fácilmente a la documentación institucional relevante. 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • N° de envíos de correos informativos internos • N° de boletines mensuales enviados al año • N° de reuniones informativas de gestión y dirección • Calendario de actividades de divulgación anual • N° de sugerencias recibidas e implementadas en buzón • N° de encuestas y grado de satisfacción 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad de Comunicación • Unidad Calidad • Unidad Gestión Científica • Dirección de Gestión y Científica • Unidad TIC 		

OBJETIVO 1	Comunicación Interna del Instituto		
Línea estratégica 1.1	Fomentar un flujo de comunicación interna abierto y eficiente entre el personal, con el propósito de facilitar la circulación de información y asegurar la visibilidad de los avances en las investigaciones.		
Objetivo operativo 1.1.2	Fomento de la participación y difusión interna		

Fecha inicio:	2025	Fecha fin:	2029
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> • Seminarios y actividades de difusión interna: seguir con el fomento de seminarios, cursos o talleres internos que ayudan a la cohesión de la institución así como a la mejora de la comunicación entre todos los departamentos, grupos y plataformas. • Organización de jornadas internas: fomentar la organización de jornadas internas que impliquen los diferentes grupos, plataformas o equipo de gestión para potenciar la comunicación interna. A la vez, crear nuevas jornadas para llegar de una forma más personalizada a los diferentes perfiles y sus necesidades, por ejemplo, Jornada predoctoral o Jornadas con pacientes. 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • N° de seminarios o taller o cursos internos • N° de Jornadas internas 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad de Comunicación • Unidad de Formación 		

OBJETIVO 1	Comunicación Interna del Instituto		
Línea estratégica 1.1	Fomentar un flujo de comunicación interna abierto y eficiente entre el personal, con el propósito de facilitar la circulación de información y asegurar la visibilidad de los avances en las investigaciones.		
Objetivo operativo 1.1.3	Elaborar la memoria científica anual del Instituto		
Fecha inicio:	2025	Fecha fin:	2029
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> • Memoria científica IdISBa: Elaboración de la memoria de actividades anual, donde se recojan los principales objetivos conseguidos e indicadores en el ámbito científico y de gestión. 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Memoria presentada en plazo (si/no) 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Todas las unidades de gestión. 		

OBJETIVO 1	Comunicación Interna del Instituto		
Línea estratégica 1.2	Fomentar un flujo de comunicación interna abierto y eficiente entre entidades del entorno IdISBa, con el propósito de facilitar la circulación de información y asegurar la visibilidad de los avances en las investigaciones.		
Objetivo operativo 1.2.1	Fomentar la comunicación interna con las entidades del entorno IdISBa		
Fecha inicio:	2025	Fecha fin:	2029
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> • Envíos lista distribución: Potenciar los envíos de todas aquellas actividades que se organizan desde el IdISBa para hacerlas llegar a todos los entes del entorno. 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • N° de entidades en lista de distribución • N° entidades que tienen al IdISBa en su lista de distribución 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación 		

8.2 Objetivo estratégico 2: Comunicación externa del Instituto

OBJETIVO 2	Comunicación externa del Instituto		
Línea estratégica 2.1	Potenciar la comunicación de la actividad investigadora y científica del IdISBa, ajustándonos a las herramientas de comunicación y al canal, en función del contenido y la audiencia a la que se dirige.		
Objetivo operativo 2.1.1	Renovación de la web institucional y mantenimiento		
Fecha inicio:	2025	Fecha fin:	2029
Actividades que realizar:	<ul style="list-style-type: none"> • Definición y diseño del nuevo sitio web: renovación de la web del IdISBa adaptándola a los estándares de calidad actuales y organizando todo su contenido haciéndola más accesible y de fácil navegación. • Creación de un portal específico para investigadores: Crear un nuevo apartado dónde cada investigador podrá disponer de la información tanto del área en la que trabaja como de sus proyectos de investigación. Por otro lado los usuarios que naveguen en la web IdISBa podrán localizar de una forma más ágil a los investigadores del instituto, su centro de trabajo, grupo al que perteneces, etc. 		
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de la nueva web • Portal del investigador 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad de Comunicación • Unidad TIC • Dirección IdISBa 		

OBJETIVO 2	Comunicación externa del Instituto		
Línea estratégica 2.1	Potenciar la comunicación de la actividad investigadora y científica del IdISBa, ajustándonos a las herramientas de comunicación y al canal, en función del contenido y la audiencia a la que se dirige.		
Objetivo operativo 2.1.2	Incremento de la visibilidad del IdISBa en medios		
Fecha inicio:	2025	Fecha fin:	2029
Actividades que realizar:	<p>Actualización de noticias en la web: alimentar periódicamente la web del IdISBa con todas aquellas noticias que generamos mensualmente de cualquier índole para maximizar así el impacto en medios de comunicación.</p> <p>Gestión activa de redes sociales: utilizar el potencial de la redes sociales tanto para difundir las noticias de nuestra web, como las actividades que organizamos o en las que participamos, así como cualquier hito significativo para dar visibilidad a la acción en investigación del IdISBa.</p> <p>Coordinación con grupos de investigación, unidades de gestión y plataformas para generar contenido noticiable: Fomentar la comunicación entre departamento de comunicación y los diferentes grupos de investigación, para conocer de primera mano las investigaciones, incorporaciones o hitos noticiables que se crean en cada uno de ellos, y así ser capaces de crear noticias con más impacto.</p> <p>Fortalecimiento de las relaciones con medios de comunicación: Elaboración de notas de prensa para potenciar la comunicación con los medios de comunicación locales y autonómicos. Además de invitar a los medios a todos aquellas actividades o presentaciones significativas que se organicen desde el IdISBa</p>		
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • N° de notas de prensa/año • N° de noticias publicadas web 		

	<ul style="list-style-type: none"> Nº de noticias relativas a emergentes Nº de seguidores redes Nº de menciones del IdISBa en medios de comunicación
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> Unidad de comunicación Unidades de gestión científica

OBJETIVO 2	Comunicación externa del Instituto		
Línea estratégica 2.2	Seleccionar los canales de comunicación más adecuados de acuerdo con el tipo de mensaje y su receptor, ajustando las herramientas de comunicación en función del contenido y la audiencia a la que se dirige.		
Objetivo operativo 2.2.1	Organización y participación en acciones de divulgación a la sociedad		
Fecha inicio:	2025	Fecha fin:	2029
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> Organización de actividades divulgación pública a la sociedad: organización en actividades de divulgación ya sean propias o con otros colaboradores, con el fin de dar visibilidad al IdISBa y a la investigación en Salud de Baleares. Entendemos por actividades de divulgación cualquier formato (congresos, conferencias, simposios, charlas, etc) organizadas con la intención de visibilizar proyectos de investigación o el IdISBa, a la sociedad. Jornadas de puertas abiertas: Acercar el instituto y su trabajo a la sociedad, abriendo sus puertas en actividades organizadas y guiadas por las principales plataformas científico-técnicas o alguno de sus grupos más representativos. 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> Nº de actividades propias /año 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> Unidad de comunicación 		

8.3 Objetivo estratégico 3: FORTALECIMIENTO DE LA MARCA IdISBa

OBJETIVO 3	FORTALECIMIENTO DE LA MARCA IdISBa		
Línea estratégica 3.1	Definir y comprender claramente al público al que nos dirigimos a través de una comunicación interna efectiva, lo que permitirá ajustar los mensajes con mayor precisión para satisfacer las necesidades particulares de cada grupo.		
Objetivo operativo 3.1.1	Refuerzo de la identidad corporativa		
Fecha inicio:	2025	Fecha fin:	2029
Actividades que realizar			
<p>Actualización de la imagen corporativa y manual de identidad: se trata de actualizar el logotipo del Instituto y su aplicación en los diferentes formatos. Se pretende potenciar más las siglas IdISBa y reforzar el campo de trabajo: investigación.</p> <p>Creación de plantillas corporativas para uso interno: Actualización de todas las plantillas de documentos como carta, presentaciones power-point, hoja A4, firmas email... con la imagen del IdISBa</p> <p>Desarrollo de materiales de merchandising: una vez actualizada la imagen potenciar la identidad y fortalecimiento de marca con la producción de diferentes elementos de merchandising, tanto para el personal interno como para la sociedad (material para stands o ferias)</p> <p>Diseño de materiales promocionales (roll-ups, letras corporativas, etc.): Producción de</p>			

los materiales promocionales necesarios con la nueva marca. Implementar también esta nueva marca en los diferentes espacios del IdISBa en todos los centros de trabajo en los que se encuentran los grupos IdISBa.

Producción de un nuevo vídeo institucional: Disponer de un video promocional tanto para la nueva web IdISBa, como para presentaciones, en el que se describa que es el IdISBa y cuáles son sus rasgos más destacados que lo definen.

Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevo Manual de Imagen • Merchandising realizado / año • Video institucional • Señalética instalaciones IdISBa
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad de Comunicación

OBJETIVO 3	FORTALECIMIENTO DE LA MARCA IdISBa		
Línea estratégica 3.2	Establecer mecanismos que favorezcan la participación activa de todos los agentes internos y externos en los eventos y actividades organizadas por el Instituto, fomentando un entorno de colaboración y enriquecimiento mutuo en el intercambio de conocimientos.		
Objetivo operativo 3.2.1	Potenciación relaciones institucionales y colaborativas		
Fecha inicio:	2025	Fecha fin:	2029
Actividades que realizar:			
Colaboraciones con otras instituciones y participación en ferias: fomentar cualquier tipo de colaboración con entidades, centros sanitarios u otros institutos de investigación para crear sinergias y fortalecer la marca IdISBa y su visibilización.			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboraciones con otros / anual 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad de Comunicación • Dirección de Gestión • Dirección Científica 		

OBJETIVO 3	FORTALECIMIENTO DE LA MARCA IdISBa		
Línea estratégica 3.2	Establecer mecanismos que favorezcan la participación activa de todos los agentes internos y externos en los eventos y actividades organizadas por el Instituto, fomentando un entorno de colaboración y enriquecimiento mutuo en el intercambio de conocimientos.		
Objetivo operativo 3.2.2	Impulsar la Filiación IdISBa		
Fecha inicio:	2025	Fecha fin:	2029
Actividades que realizar:			
Promoción de la filiación institucional: potenciar la importancia de mencionar correctamente al IdISBa en todas las publicaciones científicas de los investigadores del instituto.			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje publicaciones anuales que utilizan filiación IdISBa 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad de Comunicación • Dirección de Gestión • Dirección Científica 		

8.4 Objetivo estratégico 4: Fomento del mecenazgo y la participación ciudadana

OBJETIVO 4	Fomento del mecenazgo y participación ciudadana		
Línea estratégica 4.1	Establecer mecanismos que favorezcan la participación activa de todos los agentes internos y externos en las actividades organizadas por el Instituto, fomentando un entorno de colaboración y enriquecimiento mutuo en el intercambio de conocimientos.		
Objetivo operativo 4.1.1	Redacción e implementación de un plan de mecenazgo		
Fecha inicio:	2026	Fecha fin:	2029
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> • Redacción del nuevo plan de mecenazgo: Se elaborará un nuevo plan de mecenazgo que defina objetivos, líneas de acción, tipos de colaboración y beneficios para los mecenas. El documento estará alineado con plan estratégico 2025-2029. • Aprobación del plan de mecenazgo: Una vez redactado, el plan será presentado para su revisión y aprobación por parte del Patronato y la Dirección del IdISBa. • Pues en marcha de la las primeras campañas de mecenazgo: Se lanzarán las primeras campañas dirigidas a captar mecenas, priorizando sectores estratégicos y agentes comprometidos con la investigación biomédica. 			
Indicadores:	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de mecenazgo • N° de fondos recaudados • N° de entidades colaboradoras • N° de noticias relacionadas publicadas • N° de campañas realizadas 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad de Comunicación • Unidad TIC • Dirección 		

OBJETIVO 4	Fomento del mecenazgo y participación ciudadana		
Línea estratégica 4.1	Establecer mecanismos que favorezcan la participación activa de todos los agentes internos y externos en los eventos y actividades organizadas por el Instituto, fomentando un entorno de colaboración y enriquecimiento mutuo en el intercambio de conocimientos.		
Objetivo operativo 4.1.2	Fomento de participación de la participación ciudadana		
Fecha inicio:	2025	Fecha fin:	2029
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> • Fomento y potenciación del Consejo Social y Empresarial: Se reforzará la actividad del Consejo promoviendo su implicación activa y alianzas con el entorno empresarial y social. • Impulso de la participación ciudadana: Se fomentará la participación de pacientes, ciudadanía y asociaciones para acercar la investigación a la sociedad. 			
Indicadores:	<ul style="list-style-type: none"> • N.º de reuniones del consejo social • N° de acciones con participación ciudadana • N° de órganos de gobierno/asesores con participación ciudadana 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad de Comunicación 		

9. Cuadro resumen del plan de acción

Resumen de los indicadores de seguimiento para dar cumplimiento a los objetivos descritos en el presente plan

Objetivo	Línea estratégica	Objetivo operativo	Responsable	Indicadores
1. Comunicación Interna del Instituto	1.1. Fomentar un flujo de comunicación interna abierto y eficiente entre el personal de gestión y los investigadores, con el propósito de facilitar la circulación de información y asegurar la visibilidad de los avances en las investigaciones.	1.1.1. Optimización e impulso de los canales de comunicación internos	Unidad de Comunicación Unidad Calidad Unidad Gestión Científica Dirección de Gestión y Científica	<ul style="list-style-type: none"> Nº de envíos de correos informativos internos Nº de boletines mensuales enviados al año Nº de reuniones informativas de gestión y dirección Calendario de actividades de divulgación anual Nº de sugerencias recibidas e implementadas en buzón Nº de encuestas y grado de satisfacción
		1.1.2 Fomento de la participación y difusión interna	Comunicación y Formación	<ul style="list-style-type: none"> Nº de seminarios o taller o cursos internos Nº de Jornadas internas
		1.1.3 Elaborar la memoria científica anual del Instituto	Todas las unidades de gestión	<ul style="list-style-type: none"> Memoria presentada en plazo (si/no)

Objetivo	Línea estratégica	Objetivo operativo	Responsable	Indicadores
	1.2 Fomentar un flujo de comunicación interna abierto y eficiente entre entidades del entorno IdISBa, con el propósito de facilitar la circulación de información y asegurar la visibilidad de los avances en las investigaciones.	1.2.1 Fomentar la comunicación interna con las entidades del entorno IdISBa	Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Nº de entidades en lista de distribución Nº entidades que tienen al IdISBa en su lista de distribución
2. Comunicación externa del Instituto	2.1. Fomentar la comunicación activa y constante entre los agentes internos (personal investigador, técnico, de dirección y de gestión) con el fin de mejorar continuamente el funcionamiento de la entidad	2.1.1. Renovación de la web institucional	Comunicación TIC Dirección IdISBa	<ul style="list-style-type: none"> Creación de la nueva web Portal del investigador
		2.1.2 Incremento de la visibilidad del IdISBa en los medios	Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Nº de notas de prensa/año Nº de noticias publicadas web Nº de noticias relativas a emergentes Nº de seguidores redes Nº de menciones del IdISBa en medios de comunicación
	2.2. Seleccionar los canales de comunicación más adecuados de acuerdo con el tipo de mensaje y su receptor, ajustando las herramientas de comunicación en función del contenido y la audiencia a la que se dirige.	2.2.1. Organización y participación en acciones de divulgación a la sociedad	Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Nº de actividades propias / año
3. Fortalecimiento de la marca IdISBa	3.1. Definir y comprender claramente al público al que nos dirigimos a través de una comunicación interna efectiva, lo que permitirá ajustar los mensajes	3.1.1. Reforzamiento de la identidad corporativa	Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Nuevo Manual de Imagen Merchandising realizado / año Video institucional Señalética instalaciones IdISBa

Objetivo	Línea estratégica	Objetivo operativo	Responsable	Indicadores
	con mayor precisión para satisfacer las necesidades particulares de cada grupo.			
	3.2 Establecer mecanismos que favorezcan la participación activa de todos los agentes internos y externos en los eventos y actividades organizadas por el Instituto, fomentando un entorno de colaboración y enriquecimiento mutuo en el intercambio de conocimientos.	3.2.1. Potenciación relaciones institucionales y colaborativas	Unidad de Comunicación Dirección de Gestión Dirección Científica	<ul style="list-style-type: none"> Colaboraciones con otros / anual
		3.2.2 Impulsar la Filiación IdISBa	Dirección de Gestión Dirección Científica	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje publicaciones anuales que utilizan filiación IdISBa
4. Fomento del mecenazgo y la participación ciudadana	4.1. Establecer mecanismos que favorezcan la participación activa de todos los agentes internos y externos en las actividades organizadas por el Instituto, fomentando un entorno de colaboración y enriquecimiento mutuo en el intercambio de conocimientos.	4.1.1. Redacción e implementación de un plan de mecenazgo	TIC Comunicación Calidad	<ul style="list-style-type: none"> Plan de mecenazgo Nº de fondos recaudados Nº de entidades colaboradoras Nº de noticias relacionadas publicadas Nº de campañas realizadas

Objetivo	Línea estratégica	Objetivo operativo	Responsable	Indicadores
		4.1.2 Fomento de participación ciudadana	Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • N.º de reuniones del consejo social • N.º de acciones con participación ciudadana • N.º de órganos de gobierno/asesores con participación ciudadana

Cronograma

Plan de Comunicación IdISBa Cronograma	2025	2026	2027	2028	2029
1. Comunicación interna del Instituto					
1.1.1. Optimización e impulso de los canales de comunicación internos					
1.1.2 Fomento de la participación y difusión interna					
1.1.3 Elaborar la memoria científica anual del Instituto					
1.2.1 Fomentar la comunicación interna con las entidades del entorno IdISBa					
2. Comunicación externa del Instituto					
2.1.1. Renovación de la web institucional					
2.1.2 Organización y participación en acciones de divulgación pública la sociedad					
2.1.3 Incremento de la visibilidad del IdISBa en medios					
3. Fortalecimiento de la Marca IdISBa					
3.1.1. Reforzamiento de la identidad corporativa					
3.2.1. Potenciación relaciones institucionales y colaborativas					
3.2.2 Impulsar la Filiación IdISBa					
4. Impulsar la marca IdISBa					
4.1.1 Elaborar una nueva página web					
4.1.2 Impulsar la visibilidad del Instituto en la producción científica en publicaciones: filiación IdISBa en las publicaciones.					

10. Presupuesto

Se estima que la Unidad de Comunicación IdISBa requiere de un presupuesto anual de unos 15 000 € para poder llevar a cabo los objetivos definidos en el *Plan de Comunicación*.

	Presupuesto anual
Memoria científica	4500 €
Marca IdISBa – <i>Merchandising</i>	2500 €
Programas de edición y diseño	1000 €
Organización actividades divulgativas	5000 €
Externalización de servicios audiovisuales	2000 €
TOTAL	15 000 €

Tabla 1. Presupuesto anual comunicación IdISBa