

Plan de Imagen y Comunicación - RRI

2024-2028



UNIVERSIDAD
DE GRANADA



www.ibsgranada.es



	REALIZADO	REVISADO	APROBADO
FECHA	Marzo 2024	Junio 2024	
NOMBRE	Equipo de Dirección	Comité Científico Interno Comité Científico Externo	Consejo Rector
CARGO	Directora Científica Adjuntos Dirección Científica		

CONTROL DE EDICIONES		
VERSION	FECHA	TIPO DE REVISION
01	Junio 2019	Edición inicial
02	Marzo 2024	Nuevo Plan de Imagen y Comunicación-RRI 2024-2028



1. INTRODUCCIÓN	3
2. GRUPOS DESTINATARIOS	4
3. OBJETIVO DEL PLAN DE IMAGEN Y COMUNICACION.....	5
4. OBJETIVOS ESPECIFICOS Y ACCIONES.....	6
5. INDICADORES.....	10
6. DOCUMENTACIÓN RELACIONADA	11



1. INTRODUCCIÓN

El Plan de Imagen y Comunicación-RRI es el esqueleto, la base que delimita la forma de practicar la comunicación corporativa e institucional del Instituto de Investigación Biosanitaria de Granada (ibs.GRANADA). Como la comunicación es una labor que aborda multitud de actividades, que se dirige a numerosos tipos de público y puede tener desde uno hasta múltiples objetivos, es fundamental organizarla y llevarla a la práctica con un marco de referencia claro: este Plan de Comunicación.

La comunicación es una herramienta esencial para la gestión de cualquier entidad y se nutre de datos e información; pero su función va más allá de la labor informativa. Cuando comunicamos, lo que queremos es trasladar un mensaje para-cumplir un objetivo.

El modelo tradicional de comunicación se basa en un modo lineal o secuencial, donde el emisor emite un mensaje y el receptor lo recibe. Sin embargo, el proceso de comunicación ha evolucionado y sobre todo se ha visto influido en los últimos tiempos por un mundo más globalizado; por la eliminación de barreras; y sobre todo por la convergencia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, las telecomunicaciones y la audiovisual; que han alterado las relaciones tradicionales entre el emisor y el receptor, revolucionando los procesos de comunicación social, de manera que la era de la información ha dado paso a la era de la comunicación. Una comunicación que se caracteriza por ser más participativa, interpersonal, global, operativa y para todo el mundo.

La web, las redes sociales, la sindicación de contenidos, etc. y, en definitiva, los nuevos medios sociales han transformado la manera de relacionarse con el público. Estas herramientas demandan rapidez, atención, involucración (respuesta a comentarios), seguimiento y diálogo real, y son las que están marcando esta realidad comunicativa digital.

Teniendo en cuenta, por tanto, las posibilidades de esta nueva forma de comunicación, el presente Plan de Comunicación se articula como una herramienta que permita dinamizar la comunicación de los planes y actividades que el Instituto realiza y que pueden ser de interés a personas, departamentos y organizaciones tanto internos como externos al mismo, favoreciendo la divulgación científica y la transferencia de tecnología, así como fortaleciendo la imagen y el posicionamiento del Instituto como un referente de calidad, excelencia científica e innovación en el ámbito biosanitario.

Además de la Imagen y Comunicación, este plan abarca las estrategias de **Responsabilidad Social Corporativa**, así como de **Investigación en Innovación responsable (RRI) que se van a desarrollar en el ibs.GRANADA.**



2. GRUPOS DESTINATARIOS

Las medidas de este plan van dirigidas a los siguientes grupos destinatarios.

1. Órganos de Gobierno: Consejo Rector, Dirección y Vice-Dirección Científica y Gerencia.
2. Órganos Consultivos: Comité Científico Externo y Consejo Científico.
3. Comisiones de Trabajo del Instituto.
4. Personal Investigador de las Áreas Científicas.
5. Unidades de Gestión (UG).
6. Plataformas Tecnológicas (PT).
7. Instituto de Salud Carlos III.
8. Consejería de Igualdad, Salud y Políticas Sociales de la Junta de Andalucía.
9. Otras instituciones estrechamente relacionadas con la naturaleza del Instituto.
10. Empresas relacionadas con el sector biomédico o biotecnológico.
11. **Actores clave no científicos**, identificando como tales a:
 - Asociaciones de pacientes y cuidadores.
 - Ámbito empresarial.
 - Comunidad educativa.
 - Industria farmacéutica.
 - Sociedades científicas.
 - Medios de comunicación.
 - Colegios profesionales.
 - Asociaciones vecinales, federaciones y asociaciones civiles.
 - ONG's.
 - Sindicatos.

Dependiendo del destinatario, el Instituto realizara acciones de:

- Comunicación Corporativa.
- Comunicación Interna.
- Comunicación Externa.



3. OBJETIVO DEL PLAN DE IMAGEN Y COMUNICACION

El presente Plan de Comunicación persigue, como objetivo general, maximizar la **visibilidad del ibs.GRANADA**, tanto a nivel nacional como internacional, dando a conocer su estructura organizativa, misión, visión y estrategia e informar, a su público objetivo, de las principales actividades que ejecuta o en las que colabora. Difundir los principios de Investigación en Innovación Responsable (RRI) con el objetivo de hacer más inclusiva y sostenible la investigación que se realiza en el Instituto.



4. OBJETIVOS ESPECIFICOS Y ACCIONES

OE1: Mejorar la identidad corporativa propia del ibs.GRANADA y aumentar la visibilidad hacia el público objetivo.

Grupo Destinatario: todos los definidos en el apartado 2.

Acciones

- Posicionamiento de la web corporativa y actualización de contenidos.
- Elaboración de material promocional: con el objeto de disponer de material corporativo e informativo para su uso en congresos, ferias, visitas y otras actividades de difusión del Instituto.
- Corporativización de las instalaciones: identificación de los espacios que forman parte del Instituto, a través del uso de rótulos corporativos, donde quede indicado el nombre del área/unidad/plataforma, etc. y su pertenencia al ibs.GRANADA.
- Creación de cuentas de correo electrónico del Instituto: servidor de correo electrónico con la extensión del dominio para todos los miembros adscritos al Instituto.

OE2: Posicionar y potenciar la imagen del ibs.GRANADA como entidad de referencia en excelencia científica en Ciencias de la Salud a nivel internacional.

Grupo Destinatario: todos los definidos en el apartado 2.

Acciones

- Aumento de la comunidad virtual de las cuentas en las redes sociales donde tiene presencia el Instituto.
- Lanzamiento de campañas propias de publicidad para dar a conocer la actividad que realiza el Instituto en general, un área o línea de investigación concreta o servicios que se presten desde las plataformas.
- Difusión de la Política de Calidad y de las acciones que se deriven de su aplicación.

OE3: Comunicar a la sociedad los avances en investigación del ibs.GRANADA, resultado del trabajo de todos los profesionales del Instituto.

Grupo Destinatario: Instituto de Salud Carlos III, Consejería de Salud y Familias de la Junta de Andalucía, Servicio Andaluz de Salud, Universidad de Granada, comunidad investigadora nacional e internacional y actores clave no científicos

Acciones

- Publicación de noticias de I+D+i en Salud en la web del Instituto.
- Envío de un boletín informativo trimestral a todas las personas suscritas (personal interno y externo) de las noticias de I+D+i en Salud publicadas.
- Publicación en la web del Instituto de las diferentes áreas científicas que lo integran, definiendo sus grupos y miembros de cada grupo de investigación, así como las líneas de investigación.



- Publicación mediante notas de prensa de los resultados de investigación más relevantes de los grupos del Instituto.
- Publicación de eventos, cursos y méritos en la web del Instituto: congresos, jornadas y reuniones científicas, cursos organizados por el Instituto o por entidades comunes relacionadas con los intereses de los miembros del Instituto, así como los premios o reconocimientos obtenidos por el Instituto o sus investigadores/as y/o grupos de investigación.
- Publicación de las ofertas tecnológicas de los grupos del Instituto en la web del Instituto.
- Publicación en formato noticia/nota de prensa de los resultados de investigación ya registrados en propiedad industrial (los que así lo requieran) de los grupos del Instituto.
- Oferta a los diferentes organismos de interés que forman parte del sector biosanitario la posibilidad de suscribirse a un boletín trimestral de la relación de ofertas tecnológicas del Instituto: sería conveniente que aquellas entidades interesadas en licenciar patentes se suscribieran a un boletín que cada tres meses les remitiría un boletín con todas las ofertas tecnológicas disponibles del Instituto, las antiguas y las nuevas si las hubiera.

OE4. Informa a la comunidad investigadora del ibs.GRANADA sobre información relevante relacionada con convocatorias, jornadas, cursos eventos y servicios de la plataformas de apoyo a la investigación.

Grupo Destinatario: Comisiones de Trabajo del Instituto, Personal Investigador, Unidades de Gestión (UG), Plataformas Tecnológicas (PT).

Acciones

- Publicación de las convocatorias de ayudas de I+D+i en Salud en la web del Instituto.
- Envío de boletines informativos con la información más relevante de las principales de convocatorias de ayudas.
- Difusión de los cursos, jornadas, sesiones o eventos organizados por el Instituto.
- Difusión de la cartera de servicios ofertada por las Plataformas y Servicios Comunes de Apoyo a la investigación.

OE5: Aumentar la presencia en diferentes medios de comunicación (prensa, radio y TV) y redes sociales.

Grupo Destinatario: todos los definidos en el apartado 2.

Acciones

- Análisis, detección y selección de las publicaciones científicas más relevantes o con un mayor impacto social del Instituto para su posterior lanzamiento a medios de comunicación.
- Establecimiento de unas bases de colaboración en materia de comunicación externa con los diferentes organismos que conforman el Instituto.
- Difusión de la actividad llevada a cabo y resultados de investigación obtenidos por el Instituto a través de agencias o departamentos de comunicación internacionales. Se



contactará con estas agencias/departamentos para promover la publicación de noticias generadas por el Instituto a nivel internacional.

OE6: Implementar los principios de Investigación e Innovación Responsable - RRI (participación ciudadana, Ciencia Abierta, igualdad de género, educación científica, ética y gobernanza) en la investigación e innovación que se realiza en el Instituto.

Grupo Destinatario: Órganos de Gobierno, Personal Investigador, Unidades de Gestión (UG), Plataformas Tecnológicas (PT) y actores clave no científicos.

Estas acciones se complementan con las propuestas en los planes de RRHH, Traslación e Innovación, Atracción del Talento, Formación e Integración.

Acciones

- Fomento de la participación de actores clave no científicos en eventos y jornadas de investigación organizadas por el Instituto (Semana de la Ciencia, Noche Europea de los investigadores, visitas para pacientes y asociaciones de pacientes, charlas, talleres, ciclos de conferencias, visitas a colegios e Institutos, jornadas de puertas abiertas, Semana de la Innovación, Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia, participación de investigadores/as en eventos municipales, participación en foros y ferias de empresas)
- Fomento de la participación de los actores clave no científicos en la planificación, creación y/o revisión de estrategias, políticas y/o planes del Instituto.
- Inclusión de actores clave no científicos en los órganos de gobierno, órganos consultivos y/o comisiones de trabajo del Instituto.
- Fomento de la participación de actores clave no científicos en el diseño, desarrollo y/o ejecución de proyectos de investigación.
- Incorporación de actores clave no científicos en la evaluación de las convocatorias del plan propio del Instituto.
- Establecimiento de un sistema de medición de la satisfacción de los actores clave no científicos que han participado en la actividad investigadora, en sus diferentes fases (cuestionarios, buzón de sugerencias y/o grupos de trabajo puntuales).
- Fomento de la diversidad de actores clave no científicos que participen en el Instituto, (asociaciones de pacientes y cuidadores, ámbito empresarial, comunidad educativa, Industria farmacéutica, sociedades científicas, medios de comunicación, colegios profesionales, asociaciones vecinales, federaciones y asociaciones civiles, ONG's, sindicatos.)
- Coordinación con Hospitales, Universidades y otras entidades vinculadas para compartir acciones de participación de actores clave no científicos.
- Planificación de acciones formativas sobre comunicación científica dirigida a investigadores del Instituto.



- Planificación de acciones formativas sobre cómo incorporar la participación de la ciudadanía en el diseño de proyectos desarrollados en el ibs.GRANADA (informar, consultar, implicar, co-crear).
- Incentivación de la incorporación de actores clave no científicos en el diseño de proyectos desarrollados en el Instituto (inclusión como requisito para la participación en convocatorias de Plan Propio, merito para otorgar premios, criterio para la evaluación de grupos de investigación).
- Difusión de la política de Open Science del Instituto a fin de concienciar a los investigadores sobre el nuevo paradigma de Ciencia Abierta, y la necesidad de publicar en acceso abierto en repositorios institucionales habilitados.
- Fomento de la publicación de artículos en acceso abierto a través del Plan Propio.
- Promoción del depósito de publicaciones del Instituto en los repositorios institucionales en acceso abierto RISalud-ANDALUCÍA y REPISalud.
- Incorporación de la perspectiva de género en la difusión de los resultados de investigación.
- Promoción de la paridad en eventos científicos e institucionales.
- Promoción de la presencia en medios de investigadoras líderes (notas de prensa y redes sociales).
- Formación en perspectiva de género en investigación.
- Difusión del nuevo del Plan de Igualdad.
- Implementación y Seguimiento de las acciones propuestas en el Plan de Acción HRS4R con el objetivo de mantener el reconocimiento “HR Excellence in Research”.
- Implementación y Difusión de la *Guía de Calidad, Ética y Buenas Prácticas en Investigación* al personal vinculado al Instituto, a través de la organización de actividades formativas relacionadas con dicha guía y/o su acceso en la web del Instituto.
- Mejorar la visibilidad del buzón de sugerencias en la web del Instituto.



5. INDICADORES

Plan	Objetivo	Indicador
Imagen y Comunicación. RRI	Maximizar la visibilidad del ibs.GRANADA, tanto a nivel nacional como internacional, dando a conocer su estructura organizativa, misión, visión y estrategia e informar, a su público objetivo, de las principales actividades que ejecuta o en las que colabora. Difundir los principios de Investigación en Innovación Responsable (RRI) con el objetivo de hacer más inclusiva y sostenible la investigación que se realiza en el Instituto.	Nº Impacto en medios de comunicación donde aparezca el Instituto
		Nº seguidores en redes sociales
		Nº de visitas a la página web (sesiones)
		Nº de boletines enviados al año
		Nº de notas de prensa sobre resultados de investigación.
		Nº de acciones de comunicación externa para dar visibilidad al ibs.GRANADA, reforzar los objetivos del PE y/o apoyar el Plan de Traslación e impacto en la sociedad.
		Nº de acciones de comunicación interna para diseminar el conocimiento en el IIS y el entorno hospitalario y de AP, y para identificar y potenciar sinergias entre líneas de investigación.
		Nº de actividades en las que se ha contado con la participación de actores clave no científicos



6. DOCUMENTACIÓN RELACIONADA

- Plan Estratégico
- Plan de Atracción de Talento
- Plan de Integración
- Plan de Formación
- Plan de Calidad
- Plan de Imagen y Comunicación: Informe de Seguimiento 2014-2018