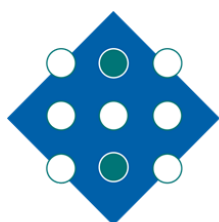


Plan de comunicación 2021-2024



Institut
d'Investigació Sanitària
Illes Balears

IdISBa

Revisió	Descripció del canvi	Fecha
V.1	Aprobación inicial en reunión del Patronato del IdISBa	3.11.2021

Índice

1. Introducción	1
2. Análisis del entorno	2
2.1 Análisis autonómico.....	2
2.2 Análisis nacional.....	3
2.3 Análisis internacional	4
3. Análisis DAFO	5
4. Objetivos	6
4.1 Fortalecer la Unidad de Comunicación	6
4.2 Potenciar la comunicación interna del Instituto	6
4.3 Promover la colaboración del IdISBa con otras entidades	6
4.4 Impulsar la marca IdISBa.....	6
4.5 Reforzar la relación entre el Instituto y la sociedad	6
5. Destinatarios	7
6. Estrategia	7
7. Recursos humanos	8
8. Canales de comunicación	8

9. Plan de actuación	12
9.1 Objetivo estratégico 1: Fortalecer la Unidad de Comunicación	12
9.2 Objetivo estratégico 2: Potenciar la comunicación interna del Instituto	12
9.3 Objetivo estratégico 3: Promover la colaboración del IdISBa con otras entidades	15
9.4 Objetivo estratégico 4: Impulsar la marca IdISBa.....	16
9.5 Objetivo estratégico 5: Reforzar la relación entre el Instituto y la sociedad	18
9.6 Cuadro resumen del plan de acción.....	21
9.7 Cronograma.....	27
10. Presupuesto	29

1. Introducció

El Instituto se creó con la finalidad de convertirse en un instituto de investigación sanitaria acreditado por el Instituto de Salud Carlos III (ISCIII). Este objetivo se cumplió el 24 de enero de 2019, cuando el ISCIII notificó al IdISBa la resolución de acreditación como instituto de investigación sanitaria.

La existencia del IdISBa sitúa a la comunidad autónoma de las Illes Balears en la primera línea de la investigación sanitaria que se lleva a cabo en nuestro país.

Vivimos en un mundo interconectado e intercomunicado que provoca que la comunicación se erija como uno de los pilares fundamentales en la sociedad actual. Todo comunica; por ello, el Instituto de Investigación Sanitaria Illes Balears pretende establecer las bases estratégicas en materia comunicativa para determinar dónde está, a quién quiere llegar y cómo lo quiere hacer.

Estas tres preguntas son primordiales a la hora de determinar el plan de comunicación. Para contestarlas es necesario conocer bien los entresijos propios del Instituto y el contexto en el que se ubican; qué decir, cómo decirlo y qué canales de comunicación utilizar. Por eso, en este plan de comunicación, se delimitan el marco de referencia y las acciones que se llevarán a cabo para satisfacer las necesidades comunicativas del entorno.

La comunicación juega un papel fundamental en los objetivos estratégicos que tiene marcado el Instituto. Es importante integrar de forma efectiva tanto la comunicación interna como externa en el funcionamiento de la entidad.

Por una parte, es necesario contar con una comunicación interna activa que permita cohesionar a todos los agentes que conforman la entidad, con el fin de favorecer la integración y la participación de los profesionales, promoviendo e incentivando sinergias que garanticen una red sólida y que dé buenos resultados.

Por otro lado, se considera fundamental la comunicación externa como una herramienta para establecer vínculos con los agentes científicos y no científicos, para transmitir a la sociedad información de interés y los avances sanitarios que se generan en el IdISBa, así como obtener *feedback* sobre cuáles son sus preocupaciones en referencia a la investigación en salud.

Con este plan se pretende analizar todas estas formas de comunicación para poder elaborar una estrategia que permita sentar las bases y elaborar una línea de actuación acorde con el marco de referencia del Instituto.

2. Análisis del entorno

Con el objetivo de marcar la dirección estratégica que se ha de seguir, es necesario hacer un análisis del entorno a nivel autonómico, estatal e internacional. Profundizar en estos tres ámbitos permitirá ubicar a la entidad y definir su misión en el ámbito comunicativo.

2.1 Análisis autonómico

En referencia a la comunidad autónoma de las Illes Balears, cabe destacar la relación existente entre los medios de comunicación locales y el Instituto. Desde los inicios se ha tejido una red de contactos con los principales medios que ha permitido estar presentes en la actualidad informativa.

En las Illes Balears se distribuyen 7 periódicos en prensa escrita de pago. En Mallorca encontramos 4: tres de periodicidad diaria, *Última Hora*, *Diario de Mallorca* y *El Mundo Balears* y uno de periodicidad semanal, *ARA Balears*. En Menorca encontramos el diario *Menorca*, de periodicidad diaria, del mismo grupo editorial que *Última Hora* (Grup Serra). En Ibiza se distribuyen 2 periódicos diarios de pago en prensa escrita: *Diario de Ibiza*, que pertenece a la editorial Prensa Ibérica —la misma empresa editorial que el *Diario de Mallorca*— y el *Periódico de Ibiza y Formentera*, que forma parte del Grup Serra.

En cuanto a la prensa especializada, la principal publicación es el periódico quincenal y gratuito *Salut i Força*.

En la actualidad, los periódicos digitales constituyen una de las principales fuentes de información.

Los principales periódicos digitales de las islas son:

- *Última Hora*, www.ultimahora.es.
- *Diario de Mallorca*, www.diariodemallorca.es.
- *Mallorca Diario*, www.mallorcadiario.com.
- *ARA Balears*, www.arabalears.cat.
- *Mallorca Confidencial*, www.mallorcaconfidencial.com.
- *Crónica Balear*, www.cronicabalear.es.
- *Menorca.info*, www.menorca.info.
- *Menorca al día*, www.menorcaaldia.com.
- *Diario de Ibiza*, www.diariodeibiza.es.
- *Periódico de Ibiza*, www.periodicodeibiza.es.
- *Mallorca Diario – Ibiza*, www.mallorcadiario.com/ibiza.

En referencia a programas radiofónicos, el principal programa de divulgación científica en las Illes Balears es el *Balears Fa Ciència* de IB3 Ràdio. El programa se emite cada sábado y es habitual que personal IdISBa participe de forma puntual.

Por otro lado, encontramos los canales de televisión IB3 y RTVE, con la emisión de programas como *IB3 Notícies* y el *Informatiu Balear*, donde también puntualmente dan visibilidad al Instituto y a sus avances en investigación.

Al ser un instituto acreditado por el Instituto de Salud Carlos III, el IdISBa cuenta con un sello de excelencia que les refuerza como prescriptores en el ámbito sanitario y les erige como principales consultores de la investigación en la comunidad autónoma.

2.2 Análisis nacional

Respecto al papel en el marco estatal, es importante conocer la realidad y adaptarse a ella, con el propósito de extraer el máximo rendimiento con los recursos que dispone. Con la reciente acreditación, se ha abierto un periodo del que nutrirse para poder crecer y ser un actor relevante en la investigación sanitaria.

A nivel nacional existen cinco periódicos en prensa escrita que se distribuyen por todo el territorio: *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *La Vanguardia* y *La Razón*. Todos ellos cuentan con una sección de ciencia susceptible de incorporar alguna información relacionada con el instituto.

Igualmente, a nivel autonómico, cada comunidad cuenta con uno o más periódicos que cubren la información del territorio y que, al igual que la prensa generalista, cuentan con apartados en los que tienen cabida las informaciones relacionadas con salud e investigación.

En relación con las cadenas radiofónicas, observamos como las principales radios del país (Cadena Ser, Cope, Onda Cero, RNE) tienen secciones enfocadas a la ciencia y a la investigación. Por ejemplo, Onda Cero con *La brújula de la ciencia* o Radio 5 de RNE con el programa *Entre probetas* y las píldoras de divulgación científica *El laboratorio de JAL*, entre muchas otras.

Por otra parte, también es importante destacar el papel de las agencias de comunicación que nutren de notas, teletipos, entrevistas, reportajes y noticias los medios de comunicación. En España destacan la Agencia Sinc, que es la agencia de noticias científicas de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT), la Agencia Efe (EFEciencia) y Infosalus, portal de información editado por las y los periodistas especializados en salud de la agencia EuropaPress.

En relación con las revistas especializadas, existen las revistas *Investigación y Ciencia*, que ofrece la información más relevante sobre el desarrollo de la ciencia y la técnica en todo el mundo y *Temas IyC*, monografías de aparición trimestral sobre los más variados aspectos del conocimiento científico.

Acerca de las publicaciones en línea, existen infinidad de periódicos digitales y revistas en línea especializadas como *FECYT*, *Sanidad*, *Diario Médico* y *Correo Farmacéutico*, *ConSalud*, *Quo*, *Madrid+d*, etc.

2.3 Análisis internacional

En el ámbito internacional, cabe decir que el IdISBa se encuentra en un proceso de crecimiento y consolidación, que avanza progresivamente, por lo que no es equiparable a otros centros afianzados a nivel global. De ahí la importancia de participar en programas internacionales de investigación, establecer relaciones entre el Instituto y otros centros sanitarios y potenciar posibles sinergias. Seguir de cerca los avances que se realizan a gran escala ayuda a definir la línea de actuación del Instituto; es por eso que se ha puesto en marcha el *Plan de Internacionalización IdISBa*.

En este aspecto, existen varias plataformas que ofrecen convocatorias internacionales de proyectos y recursos de interés, como Horizonte 2020, un programa de investigación e innovación de la Unión Europea que contribuye a abordar los principales retos sociales y pretende reforzar la excelencia de la base científica europea.

En cuanto a la prensa escrita, cabe decir que los principales periódicos, que cuentan con un alcance mundial, dedican una sección a la ciencia y la salud. Así pues, consideramos de referencia periódicos como el *New York Times* (Nueva York), *Financial Times* (Reino Unido), *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (Alemania) y *Le Monde* (Francia).

Por otra parte, encontramos revistas científicas de prestigio como *Nature* o *Science*, que ofrecen artículos de investigación, así como artículos de opinión de referentes en el mundo de la ciencia.

Finalmente, la aparición de las redes sociales ha cambiado drásticamente el panorama, tanto a nivel autonómico, como estatal e internacional. Plataformas como Twitter, Facebook, LinkedIn o Instagram son herramientas que se presentan como una oportunidad para las instituciones sanitarias para mejorar la visibilidad de las actividades desarrolladas en sus centros y su imagen de marca, así como para darse a conocer a la sociedad.

3. Anàlisis DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
Escaso conocimiento de la entidad por parte de la sociedad	Desinformación general en materia de investigación sanitaria
Escaso conocimiento de la entidad por determinados sectores de profesionales de la salud	Cierta desproporción entre la información procedente de actividades académicas divulgativas y la información sobre investigación en el IdISBa
Poca consolidación interna de la marca IdISBa	
Escaso seguimiento de las normas sobre la filiación del personal investigador adscrito en el IdISBa en sus comunicaciones orales y escritas	Competencia con otros ámbitos de comunicación que tienen más seguimiento
Falta de coordinación con las unidades de comunicación de las entidades consorciadas al IdISBa	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
El IdISBa es un referente en investigación biomédica y sanitaria de la comunidad autónoma; por lo tanto, centraliza el grueso de la información en este campo.	Aprovechar la acreditación para situar al IdISBa como entidad indispensable a la hora de conocer y consultar la investigación sanitaria en las Illes Balears
La acreditación por parte del ISCIII otorga una mayor legitimidad a la hora de comunicar	Ser el principal interlocutor con los medios de comunicación de las Balears a la hora de hablar de investigación en salud y proporcionar información detallada, recursos gráficos y audiovisuales de calidad
El IdISBa cuenta con los recursos necesarios para organizar actos de divulgación científica con un elevado seguimiento por parte de los medios	Aprovechar la cercanía del personal investigador para crear contenido propio
Estrecha relación con el gabinete de comunicación de la Consejería de Salud, que permite una mayor repercusión	Utilizar los recursos propios para trasladar a la sociedad y al sistema sanitario los resultados del conocimiento generado en la práctica clínica
	Ante una crisis sanitaria, la comunicación científica veraz y contrastada se erige como una fuente de información indispensable para mantener a la ciudadanía informada. Por lo tanto, la excepcionalidad de la situación se transforma en una oportunidad para establecer canales de comunicación fluidos con los medios, con el fin de facilitarles el contacto con el personal científico experto de la entidad

4. Objetivos

4.1 Fortalecer la Unidad de Comunicación

- Adquirir los recursos técnicos necesarios para cubrir las funciones de la Unidad.
- Diseño del plan anual de actividades de comunicación.

4.2 Potenciar la comunicación interna del Instituto

- 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.
- Promover la comunicación entre las entidades adscritas al IdISBa.

4.3 Promover la colaboración del IdISBa con otras entidades

- Fomentar la participación activa con agentes del entorno sanitario balear.
- Organizar actividades conjuntas con otras entidades del ámbito autonómico, nacional e internacional.

4.4 Impulsar la marca IdISBa

- Diseñar una estrategia para impulsar la marca IdISBa en todos los ámbitos.
- Dar visibilidad a los investigadores e investigadoras emergentes.

4.5 Reforzar la relación entre el Instituto y la sociedad

- Dar visibilidad de los avances en investigación en salud que se realizan en el seno de la entidad y cómo estos se trasladan a la salud poblacional.
- Colaborar con los medios de comunicación locales, nacionales e internacionales.
- Fomentar la participación de la sociedad en actividades de divulgación científica organizadas por el Instituto.
- Fomentar la vocación científica en personal en formación y a profesionales docentes.

5. 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.
- Sociedad en general.

6. Estrategia

Con el fin de conseguir los objetivos marcados en este plan de comunicación, la estrategia se basa en tres pilares:

1	Fomentar una comunicación interna cercana y de diálogo entre el personal de gestión y el personal investigador, y así promover que la información fluya y se facilite la transmisión de los resultados en investigación.
2	Definir el público al que dirigirse a través del conocimiento de la entidad mediante la comunicación interna.
3	Escoger los canales adecuados para hacer llegar el mensaje. Los canales utilizados variarán en función del mensaje y receptor.

7. 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 una persona responsable de Comunicación.
- Gabinete de Comunicación de la Consejería de Salud: proporciona asesoramiento y apoyo técnico a la Unidad de Comunicación.

8. Canales de comunicación

Podemos dividir los canales de comunicación utilizados por el Instituto en canales en línea y canales presenciales.

8.1 Canales en línea

Correo electrónico

El correo electrónico (idisba.comunicacion@ssib.es) es un elemento muy importante dentro de la estrategia de comunicación interna, ya que permite una comunicación fluida entre la entidad y todos los agentes internos que participan en ella. Es la herramienta de comunicación interna de referencia.

Por otra parte, también permite la comunicación con agentes externos al Instituto. Sobre todo, como herramienta para que puedan ponerse en contacto con la entidad.

Página web

El IdISBa ha introducido cambios recientemente en su página web con la finalidad de hacerla más visual y atractiva para el usuario. En la página de inicio se resumen en pocas imágenes los principales datos de la entidad, como el número de grupos de investigación que conforman el Instituto, el número de personal investigador adscrito, los proyectos competitivos y ensayos clínicos activos y el número total de publicaciones científicas. Además, también se ha añadido un botón, muy visual, para que los usuarios puedan realizar donaciones para colaborar con la investigación en salud de las Illes Balears.

Asimismo, la página web está conectada con otros canales de comunicación del Instituto. En la parte superior derecha se ha habilitado un acceso directo a las redes sociales del IdISBa, mientras que en el apartado *Actualidad* se pueden descargar todos los boletines de noticias

editados hasta el momento, acceder al blog del Instituto, consultar todas las noticias, actividades y cursos. También se ha habilitado un buzón de sugerencias a disposición del personal del Instituto y de cualquier otra persona o entidad, para enviar quejas, sugerencias de mejora, incidencias, no conformidades o cualquier otra comunicación con la finalidad de emprender acciones para la mejora continua de nuestra actividad.

En el apartado *Presentación* se puede consultar toda la documentación institucional, organizativa, económica y contable, así como los acuerdos de Patronato, entre otros muchos documentos. También se pueden descargar las memorias científicas, donde se recogen los principales objetivos conseguidos tanto en el ámbito científico como en el de gestión del Instituto desde el 2014.

En cuanto a la información relacionada con la investigación, la web cuenta con un apartado donde se pueden consultar las áreas científicas de interés y los grupos de investigación que las conforman, así como los investigadores e investigadoras y las publicaciones científicas del Instituto.

También en la página web se encuentra un apartado dedicado a las convocatorias de proyectos de investigación internas o externas, con el fin de que el personal investigador, gestores científicos, etc. tengan un acceso directo y unificado de las distintas convocatorias que estén en curso.

Por último, en el apartado de *Recursos humanos* se pueden consultar las ofertas de trabajo que están abiertas y las ofertas de trabajo que han finalizado. Además, en la pantalla de inicio se ha habilitado una pestaña con acceso directo a estas ofertas.

Portal Investigador - INTRANET

Los investigadores y las investigadoras acceden al portal investigador desde la página web www.idisba.es, y desde allí tienen acceso a todos los documentos y normativas internas, pueden gestionar su perfil investigador, acceder al estado de cuentas de sus proyectos, etc.

Redes sociales

El IdISBa utiliza perfiles institucionales en las principales redes sociales —Facebook (@idisbaib), Twitter (@idisbaib), Instagram (@idisbaib) y LinkedIn (Idisba)— con la finalidad de divulgar su actividad científica y poder interactuar y conectar con diferentes sectores de la sociedad. Estos canales permiten una comunicación bidireccional con los seguidores.

Blog

El blog pretende ser un espacio de reflexión, de conocimiento y de difusión de la actividad investigadora que se lleva a cabo en el Instituto, y de recopilación de entrevistas y artículos de opinión del personal.

Boletín de noticias

Mensualmente se elabora un boletín, donde se recogen las noticias más relevantes del mes, así como actividades de interés para el personal, convocatorias nacionales e internacionales, ofertas de empleo y actividades científicas y formativas de interés.

La suscripción está abierta al público en general y pueden consultarse todos los boletines desde la página web.

Buzón de sugerencias

El IdISBa ofrece un buzón de sugerencias abierto al personal del Instituto y al público en general para hacer llegar a la institución los aspectos mejorables de esta. Este buzón se encuentra activo tanto digitalmente en la página web como físicamente en el Edificio S del Hospital Universitario Son Espases.

Plataforma GoToMeeting y GoToWebinar

Con la pandemia de la COVID-19, y el consiguiente confinamiento y medidas de distanciamiento social y reducción de aforo, el Instituto ha tenido que adaptarse para seguir ofreciendo la posibilidad de reunirse el personal investigador, el personal de gestión y los órganos de dirección a través de la plataforma GoToMeeting.

Asimismo, para poder seguir con la oferta formativa de cursos, seminarios y jornadas, también se ha adquirido la herramienta GoToWebinar para realizar conferencias en línea.

8.2 Canales presenciales

Reuniones

Con el objetivo de establecer una comunicación interna constante y de calidad, es importante organizar de forma gradual reuniones interdepartamentales para promover las sinergias entre las diferentes áreas y fomentar el intercambio de información.

Jornadas, eventos y *workshops*

De forma puntual y con la finalidad de incentivar las colaboraciones entre los diferentes agentes que conforman el Instituto, es importante organizar actos conjuntos para favorecer la comunicación interna, las sinergias y la cohesión como entidad.

Seminarios y conferencias

Con una frecuencia habitual de una vez por semana o quincenalmente, el IdISBa imparte seminarios de una hora, realizados tanto por personal investigador propio como por profesionales externos de interés, en los que se tratan un tema en concreto. Aunque estén destinados al personal, también están abiertos al público en general. Dichos seminarios tienen lugar presencialmente en el Hospital Universitario Son Espases; sin embargo, se ofrece la posibilidad de asistir por videoconferencia.

Memoria científica

Desde el año 2014 el IdISBa edita su memoria científica anual donde se recogen los principales objetivos conseguidos tanto en el ámbito científico como en el de gestión.

9. Plan de actuación

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

9.1 Objetivo estratégico 1: Fortalecer la Unidad de Comunicación

OBJETIVO 1	FORTALECER LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN		
Línea estratégica 1.1	Adquirir los recursos técnicos necesarios para cubrir las funciones de la Unidad		
Objetivo operativo 1.1.1	Adquirir el material y los programas de diseño requeridos para el desarrollo de las funciones de comunicación.		
Fecha inicio:	2022	Fecha fin:	2022
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> • Contratación plataforma GoToMeeting y GoToWebinar. • Incorporación de nuevas herramientas de diseño: Canva, Pack Adobe, etc. • Adquisición de un ordenador compatible con programas de diseño. • Adquisición de un trípode para la realización de material audiovisual. 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Nº de programas adquiridos. • Material audiovisual adquirido. 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad de Comunicación • Unidad TIC 		

OBJETIVO 1	FORTALECER LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN		
Línea estratégica 1.1	Diseño del plan anual de actividades de comunicación		
Objetivo operativo 1.1.2	Establecer un calendario de las actividades de divulgación anual		
Fecha inicio:	2021	Fecha fin:	2024
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar e implementar un calendario anual de actividades de divulgación científica. • Coordinar con otras entidades las actividades conjuntas. 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Nº de actividades divulgativas. 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad de Comunicación 		

9.2 Objetivo estratégico 2: Potenciar la comunicación interna del Instituto

OBJETIVO 2	POTENCIAR LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL INSTITUTO		
Línea estratégica 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		
Objetivo operativo 2.1.1	Uso de herramientas en línea de comunicación		
Fecha inicio:	2021	Fecha fin:	2024
Actividades que realizar:			

<ul style="list-style-type: none"> Envío de correos de difusión internos sobre información de las actividades del IdISBa, así como de eventos externos de interés. Elaboración del <i>Boletín mensual de noticias IdISBa</i>, donde se recaban los principales contenidos expuestos en la página web y otros contenidos externos de interés para el personal. Publicaciones en la web del IdISBa de las noticias más relevantes del Instituto. 	
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> N.º de correos enviados anualmente. N.º de suscripciones (aumentar el n.º de suscriptores un 10 % al año). N.º de boletines/año (publicar 12 boletines de noticias).
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> Unidad de Comunicación

OBJETIVO 2	POTENCIAR LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL INSTITUTO		
Línea estratégica 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		
Objetivo operativo 2.1.2	Dar visibilidad de los avances en investigación en salud que se realizan en el seno de la entidad		
Fecha inicio:	2021	Fecha fin:	2024
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> Organización de las “Jornadas de investigación IdISBa”, que se celebran anualmente y que son la cita científica más importante del Instituto. Planificar actividades que favorezcan la participación de todo el personal: sesiones formativas y jornadas varias. 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> N.º de jornadas o sesiones. N.º de inscritos. N.º de asistentes (aumentar el n.º de asistentes en un 10 % al año). Encuestas de satisfacción. 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> Todas las unidades de gestión 		

OBJETIVO 2	POTENCIAR LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL INSTITUTO		
Línea estratégica 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		
Objetivo operativo 2.1.3	Valorar la satisfacción del personal con la comunicación interna del IdISBa		
Fecha inicio:	2021	Fecha fin:	2024
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> Elaboración de una encuesta anual para valorar la satisfacción del personal. 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> N.º de respuestas (aumentar el número de respuestas en un 15 %). Grado de satisfacción. 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> Unidad de Gestión del Conocimiento y Calidad 		

OBJETIVO 2	POTENCIAR LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL INSTITUTO		
Línea estratégica 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		
Objetivo operativo 2.1.4	Impulsar el buzón de sugerencias como canal de participación del personal contratado y adscrito al IdISBa		
Fecha inicio:	2021	Fecha fin:	2024
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> Promover, mediante las redes sociales y la página web, el uso del buzón de sugerencias. Dar respuesta a las sugerencias recibidas en un tiempo determinado. Hacer seguimiento de las sugerencias recibidas con el objetivo de que se lleven a cabo. 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> N.º de sugerencias recibidas (estudiar y contestar el 100 % de las sugerencias). N.º de sugerencias implantadas (llevar a cabo un mínimo del 50 % de estas cada año). 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> Unidad de Gestión del Conocimiento y Calidad 		

OBJETIVO 2	POTENCIAR LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL INSTITUTO		
Línea estratégica 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		
Objetivo operativo 2.1.5	Actividades periódicas presenciales que refuercen la comunicación interna del IdISBa		
Fecha inicio:	2021	Fecha fin:	2024
Actividades que realizar			
<ul style="list-style-type: none"> Realizar reuniones con el equipo de gestión para actualizar las líneas estratégicas y la colaboración interdepartamental. Establecer una dinámica de reuniones periódicas con los/las responsables de los grupos de investigación para identificar posibles sinergias de colaboración entre los grupos e ideas innovadoras. 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> N.º de reuniones de gestión (mínimo 4 reuniones/año). N.º de asistentes en las reuniones de gestión. N.º de reuniones de grupos de investigación por área (mínimo 2 reuniones por área/año) N.º de asistentes en las reuniones de áreas. 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> Dirección de Gestión Dirección Científica 		

OBJETIVO 2	POTENCIAR LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL INSTITUTO		
Línea estratégica 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		
Objetivo operativo 2.1.6	Elaborar la memoria científica anual del Instituto		
Fecha inicio:	2021	Fecha fin:	2024
Actividades que realizar			
<ul style="list-style-type: none"> 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"> N.º de memorias (1/año). 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> Todas las unidades de gestión 		

OBJETIVO 2	POTENCIAR LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL INSTITUTO		
Línea estratégica 2.2	Promover la comunicación entre las entidades adscritas al IdISBa		
Objetivo operativo 2.2.1	Incrementar la comunicación entre las entidades adscritas al Instituto con el fin de unificar las publicaciones y darse apoyo		
Fecha inicio:	2021	Fecha fin:	2024
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> • Crear un listado de distribución con las personas responsables de Comunicación de las entidades adscritas para favorecer el intercambio de información. • Organizar reuniones o contactar periódicamente con las personas responsables de Comunicación de las entidades adscritas para coordinar las publicaciones. 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • N.º de reuniones o contactos (mínimo 4/año). 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad de Comunicación 		

9.3 Objetivo estratégico 3: Promover la colaboración del IdISBa con otras entidades

OBJETIVO 3	PROMOVER LA COLABORACIÓN DEL IdISBa CON OTRAS ENTIDADES		
Línea estratégica 3.1	Fomentar la participación activa con agentes del entorno sanitario balear		
Objetivo operativo 3.1.1	Potenciar la presencia del IdISBa en los canales de comunicación de los hospitales y centros de Atención Primaria		
Fecha inicio:	2021	Fecha fin:	2024
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer contacto con entidades del entorno sanitario balear para crear sinergias a la hora de difundir información de interés. 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • N.º de colaboraciones (mínimo 5/año). 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad de Comunicación 		

OBJETIVO 3	PROMOVER LA COLABORACIÓN DEL IdISBa CON OTRAS ENTIDADES		
Línea estratégica 3.2	Organizar actividades conjuntas con otras entidades del ámbito autonómico, nacional e internacional		
Objetivo operativo 3.2.1	Participar en actividades de divulgación científica organizadas por otras entidades		
Fecha inicio:	2021	Fecha fin:	2024
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> • Colaborar en actividades conjuntas de divulgación científica con otras entidades del ámbito autonómico, nacional e internacional. 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • N.º de actividades divulgación colaborativas (mínimo 3 actividades/año). • N.º de asistentes. • N.º de personal IdISBa participante. 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección científica • Unidad de Comunicación 		

9.4 Objetivo estratégico 4: Impulsar la marca IdISBa

OBJETIVO 4	IMPULSAR LA MARCA IdISBa		
Línea estratégica 4.1	Diseñar una estrategia para impulsar la marca IdISBa en todos los ámbitos		
Objetivo operativo 4.1.1	Elaborar una nueva página web		
Fecha inicio:	2021	Fecha fin:	2022
Actividades que realizar			
<ul style="list-style-type: none"> Reuniones de las unidades de gestión para el diseño de la nueva página web y adecuación a los requisitos incorporados en la <i>Guía de Acreditación de IIS</i> de 2019. Contratación de un servicio externo para la elaboración de la web. 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> N.º de visitas a la página. N.º de usuarios que han visitado la página. Tiempo que los usuarios están en la página. Porcentaje de dispositivos de consulta (ordenador, móvil, tableta). 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> Unidad TIC Unidad de Gestión del Conocimiento y Calidad Unidad de Comunicación 		

OBJETIVO 4	IMPULSAR LA MARCA IdISBa		
Línea estratégica 4.1	Diseñar una estrategia para impulsar la marca IdISBa en todos los ámbitos		
Objetivo operativo 4.1.2	Impulsar la visibilidad del Instituto en la producción científica: filiación IdISBa en las publicaciones		
Fecha inicio:	2021	Fecha fin:	2024
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> Difundir periódicamente recordatorios, a través de las redes sociales y el correo interno, de la importancia de mencionar la filiación al IdISBa en las publicaciones científicas. Establecer como requisito en las convocatorias intramurales del Instituto la utilización de la filiación IdISBa en las publicaciones de los investigadores e investigadoras participantes. 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de publicaciones anuales en los que se recoge la filiación correcta (que aparezca la afiliación IdISBa en un mínimo del 60 % de las publicaciones). 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> Unidad de Comunicación Unidad de Formación Dirección Científica 		

OBJETIVO 4	IMPULSAR LA MARCA IdISBa		
Línea estratégica 4.1	Diseñar una estrategia para impulsar la marca IdISBa en todos los ámbitos		
Objetivo operativo 4.1.3	Dar visibilidad a todos los agentes que conforman el Instituto		
Fecha inicio:	2022	Fecha fin:	2023
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> Elaborar una cartera de servicios de plataformas y unidades de gestión, con el fin de conocer las funciones de cada agente. Elaborar una cartera de grupos de investigación: resumen de todos los grupos de investigación del Instituto. 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> Cartera de servicios Plataformas y Gestión (antes de 2023) Cartera de Grupos de Investigación (antes de 2023). 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> Unidad de Comunicación 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección de Gestión • Dirección Científica
--	--

OBJETIVO 4	IMPULSAR LA MARCA IdISBa		
Línea estratégica 4.1	Diseñar una estrategia para impulsar la marca IdISBa en todos los ámbitos		
Objetivo operativo 4.1.4	Realizar un vídeo corporativo del IdISBa		
Fecha inicio:	2022	Fecha fin:	2023
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar vídeo corporativo actualizado del Instituto describiendo qué es, la composición, estructura, espacios, servicios, etc. 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • N.º de visualizaciones (mínimo 1000/año). 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad de Comunicación 		

OBJETIVO 4	IMPULSAR LA MARCA IdISBa		
Línea estratégica 4.1	Diseñar una estrategia para impulsar la marca IdISBa en todos los ámbitos		
Objetivo operativo 4.1.5	Promover el <i>merchandising</i> IdISBa y unificar la imagen corporativa		
Fecha inicio:	2021	Fecha fin:	2024
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> • Adquisición, registro y promoción del <i>merchandising</i> IdISBa. • Diseño e implantación del manual de imagen corporativa. 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • N.º de documentos informativos con la imagen corporativa (memorias, trípticos, etc.). • Contabilizar el material adquirido con la imagen corporativa (cuadernos, bolígrafos, bolsas de tela, libretas, etc.). 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad de Comunicación 		

OBJETIVO 4	IMPULSAR LA MARCA IdISBa		
Línea estratégica 4.1	Diseñar una estrategia para impulsar la marca IdISBa en todos los ámbitos		
Objetivo operativo 4.1.6	Promover una imagen unificada del IdISBa en cuentas de redes sociales de grupos de investigación		
Fecha inicio:	2021	Fecha fin:	2024
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> • Promover que todos los grupos de investigación del Instituto dispongan de cuentas en redes sociales y vinculen la cuenta de la entidad en la biografía de la plataforma. 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • N.º de cuentas que mencionan el IdISBa (para 2024 todos los grupos deberían indicar su pertenencia al IdISBa). 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad de Comunicación 		

OBJETIVO 4	IMPULSAR LA MARCA IdISBa		
Línea estratégica 4.1	Dar visibilidad a los investigadores e investigadoras emergentes.		
Objetivo operativo 4.1.7	Promover el desarrollo y la visibilidad de los grupos emergentes y/o investigadores e investigadoras emergentes		
Fecha inicio:	2021	Fecha fin:	2024

Actividades que realizar:	
<ul style="list-style-type: none"> Organización de reuniones, mesas redondas, etc. con el objetivo de favorecer la participación de investigadores emergentes para darles visibilidad. 	
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> N.º de acciones (2/año). % participación de investigadores e investigadoras emergentes.
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> Dirección Científica

9.5 Objetivo estratégico 5: Reforzar la relación entre el Instituto y la sociedad

OBJETIVO 5	REFORZAR LA RELACIÓN ENTRE EL INSTITUTO Y LA SOCIEDAD		
Línea estratégica 5.1	Dar visibilidad de los avances en investigación en salud que se realizan en el seno de la entidad y cómo estos se trasladan a la salud poblacional		
Objetivo operativo 5.1.1	Acercar la investigación del Instituto a la sociedad		
Fecha inicio:	2021	Fecha fin:	2024
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> Impulsar las redes sociales. Consolidar y potenciar el blog IdISBa. Elaboración del <i>Boletín mensual de noticias IdISBa</i>. 			
Indicadores:	<ul style="list-style-type: none"> N.º de seguidores (aumentar los seguidores de cada red social en un 20 % anual). N.º de publicaciones en redes sociales (mínimo 250 publicaciones/año por red). N.º de visitas al perfil de las redes sociales. N.º de menciones en redes sociales. N.º de publicaciones al blog (mínimo 12 entradas/año). N.º de visitantes blog. N.º de suscriptores al boletín. 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> Unidad de Comunicación Unidad TIC 		

OBJETIVO 5	REFORZAR LA RELACIÓN ENTRE EL INSTITUTO Y LA SOCIEDAD		
Línea estratégica 5.1	Dar visibilidad de los avances en investigación en salud que se realizan en el seno de la entidad y cómo estos se trasladan a la salud poblacional		
Objetivo operativo 5.1.2	Captación de fondos externos para el desarrollo de actividades de difusión científica		
Fecha inicio:	2021	Fecha fin:	2024
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> Presentación en convocatorias para el fomento y la difusión de la cultura científica 			
Indicadores:	<ul style="list-style-type: none"> N.º de convocatorias presentadas (1/año). N.º de convocatorias concedidas. 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> Dirección de Gestión Dirección Científica Unidad de Proyectos Unidad de Comunicación 		

OBJETIVO 5	REFORZAR LA RELACIÓN ENTRE EL INSTITUTO Y LA SOCIEDAD		
Línea estratégica 5.2	Colaborar con los medios de comunicación locales, nacionales e internacionales		
Objetivo operativo 5.2.1	Establecer sinergias con los medios de comunicación con el fin de establecer canales fluidos en los que intercambiar información relevante acerca del Instituto		
Fecha inicio:	2021	Fecha fin:	2024
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de notas de prensa IdISBa. • Elaboración de notas informativas IdISBa. • Registro anual de impacto de las notas IdISBa en prensa escrita o medios audiovisuales. 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • N.º de notas de prensa (mínimo 10/año). • N.º de notas informativas (mínimo 10/año). • N.º de noticias publicadas en prensa escrita. • N.º de noticias en otros medios audiovisuales. 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad de Comunicación 		

OBJETIVO 5	REFORZAR LA RELACIÓN ENTRE EL INSTITUTO Y LA SOCIEDAD		
Línea estratégica 5.3	Fomentar la participación de la sociedad en actividades de divulgación científica organizadas por el Instituto		
Objetivo operativo 5.3.1	Identificar agentes de interés no científicos que colaboren con el IdISBa		
Fecha inicio:	2021	Fecha fin:	2024
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> • Organizar actividades con el fin de detectar agentes de interés no científicos para favorecer la colaboración y el desarrollo de proyectos conjuntos. 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • N.º de eventos organizados (mínimo 4/año). • N.º de investigadores e investigadoras participantes (conseguir que un 10 % del personal convocado participe). • N.º de asistentes. • N.º agentes no científicos identificados. 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección Científica • Unidad de Comunicación 		

OBJETIVO 5	REFORZAR LA RELACIÓN ENTRE EL INSTITUTO Y LA SOCIEDAD		
Línea estratégica 5.3	Fomentar la participación de la sociedad en actividades de divulgación científica organizadas por el Instituto		
Objetivo operativo 5.3.2	Organización del Consejo Social y Empresarial orientado a dar visibilidad a la entidad y favorecer las sinergias para explorar posibles acuerdos de colaboración		
Fecha inicio:	2021	Fecha fin:	2024
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> • Convocatoria de reuniones del Consejo Social y Empresarial. 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • N.º de reuniones (mínimo 1/año). • N.º de asistentes. 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección Científica • Dirección de Gestión • UITRI 		

OBJETIVO 5	REFORZAR LA RELACIÓN ENTRE EL INSTITUTO Y LA SOCIEDAD		
Línea estratégica 5.3	Fomentar la participación de la sociedad en actividades de divulgación científica organizadas por el Instituto		
Objetivo operativo 5.3.3	Organizar actividades con el objetivo de acercar el Instituto a la sociedad a través del ocio		
Fecha inicio:	2021	Fecha fin:	2024
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> Realizar actividades lúdicas para acercar la investigación del Instituto a la sociedad 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> N.º de actividades (3/año) N.º de asistentes. 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> Unidad de Comunicación 		

OBJETIVO 5	REFORZAR LA RELACIÓN ENTRE EL INSTITUTO Y LA SOCIEDAD		
Línea estratégica 5.3	Fomentar la participación de la sociedad en actividades de divulgación científica organizadas por el Instituto		
Objetivo operativo 5.3.4	Sensibilización de la actividad investigadora a través de campañas de <i>crowdfunding</i>		
Fecha inicio:	2021	Fecha fin:	2024
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> Realización de campañas de <i>crowdfunding</i>. Adaptación de la página web para recibir donaciones. 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> N.º de entidades colaboradoras. N.º de campañas (mínimo 1/año) N.º de fondos recaudados. 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> Unidad de Gestión Económica Unidad TIC Unidad de Comunicación 		

OBJETIVO 5	REFORZAR LA RELACIÓN ENTRE EL INSTITUTO Y LA SOCIEDAD		
Línea estratégica 5.4	Fomentar la vocación científica en personal en formación y en personal docente		
Objetivo operativo 5.4.1	Realizar o participar en actividades divulgativas dirigidas a estudiantes de primaria y secundaria y a profesionales docentes		
Fecha inicio:	2021	Fecha fin:	2024
Actividades que realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> Jornada de puertas abiertas para que estudiantes de la isla conozcan el Instituto a través de visitas guiadas y fomentar el interés en ciencia y la participación ciudadana. Conmemorar el Día Internacional de la Mujer y la Niña en Ciencia, mediante la actividad de «Científicas en el aula». Fomentar concienciación sobre la investigación en salud en el personal docente. Participación en ferias dirigidas a un público estudiantil. 			
Indicadores de seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> N.º de jornadas puertas abiertas estudiantil (1/año). N.º de centros solicitantes y n.º de centros participantes. N.º de alumnos participantes. N.º de investigadores e investigadoras participantes. Encuesta de satisfacción. 		
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> Dirección Científica Unidad de Comunicación 		

9.6 Cuadro resumen del plan de acción

Objetivo	Línea estratégica	Objetivo operativo	Responsable	Indicadores
1. Fortalecer la Unidad de Comunicación	1.1. Adquirir los recursos técnicos necesarios para cubrir las funciones de la Unidad	1.1.1. Adquirir el material y los programas de diseño requeridos para el desarrollo de las funciones de comunicación	Comunicación TIC	<ul style="list-style-type: none"> • N.º de programas adquiridos. • Material audiovisual adquirido.
	1.2. Diseño del plan anual de actividades de comunicación	1.2.1 Establecer un calendario de las actividades de divulgación anual	Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • N.º de actividades divulgativas.
2. Potenciar la comunicación interna 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. Uso de herramientas en línea de comunicación	Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • N.º de correos/año. • N.º de suscripciones boletín/año. • N.º de boletines/año.
		2.1.2 Dar visibilidad de los avances en investigación en salud que se realizan en el seno de la entidad	Todas las unidades de gestión	<ul style="list-style-type: none"> • N.º de jornadas o sesiones. • N.º de inscritos. • N.º de asistentes. • Encuestas de satisfacción.
		2.1.3 Valorar la satisfacción del personal con la comunicación interna del IdISBa	Calidad	<ul style="list-style-type: none"> • N.º de respuestas. • Grado de satisfacción.

Objetivo	Línea estratégica	Objetivo operativo	Responsable	Indicadores
		2.1.4 Impulsar el buzón de sugerencias como canal de participación del personal contratado y adscrito al IdISBa	Calidad	<ul style="list-style-type: none"> • N.º de sugerencias recibidas. • N.º de sugerencias implantadas.
		2.1.5 Actividades periódicas presenciales que refuercen la comunicación interna del IdISBa	Dirección de Gestión Dirección Científica	<ul style="list-style-type: none"> • N.º reuniones de gestión. • N.º asistentes a reuniones de gestión. • N.º reuniones de grupos de investigación por área. • N.º asistentes a reuniones de área.
		2.1.6 Elaborar la memoria científica anual del Instituto	Todas la Unidades	<ul style="list-style-type: none"> • N.º de memorias.
	2.2. Promover la comunicación entre los centros adscritos al IdISBa	2.2.1. Incrementar la comunicación entre las entidades adscritas al Instituto con el fin de unificar las publicaciones y darse apoyo	Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • N.º de reuniones o contactos/año.
3. Promover la colaboración del IdISBa con otras entidades	3.1. Fomentar la participación activa con agentes del entorno sanitario balear	3.1.1. Potenciar la presencia del IdISBa en los canales de comunicación de los hospitales y centros de Atención Primaria	Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • N.º de colaboraciones/año.

Objetivo	Línea estratégica	Objetivo operativo	Responsable	Indicadores
	3.2 Organizar actividades conjuntas con otras entidades del ámbito autonómico, nacional e internacional	3.2.1. Participar en actividades de divulgación científica organizadas por otras entidades	Dirección científica Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • N.º de actividades colaborativas. • N.º de asistentes. • N.º de personal IdISBa participante.
4. Impulsar la marca IdISBa	4.1. Diseñar una estrategia para impulsar la marca IdISBa en todos los ámbitos	4.1.1. Elaborar una nueva página web	TIC Calidad Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • N.º visitas web. • N.º usuarios han visitado web. • Tiempo que los usuarios están en la web. • Porcentaje de dispositivos de consulta.
		4.1.2 Impulsar la visibilidad del Instituto en la producción científica en publicaciones: filiación IdISBa	Comunicación Formación Dirección Científica	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de publicaciones anuales en los que se recoge la filiación correcta.
		4.1.3 Dar visibilidad a todos los agentes que conforman el Instituto	Comunicación Dirección de Gestión Dirección Científica	<ul style="list-style-type: none"> • Cartera de servicios Plataformas y Gestión. • Cartera de grupos de investigación.

Objetivo	Línea estratégica	Objetivo operativo	Responsable	Indicadores
		4.1.4 Realizar un vídeo corporativo de la entidad	Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> N.º de visualizaciones/año
		4.1.5 Promover el <i>merchandising</i> IdISBa y unificar la imagen corporativa	Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> N.º de documentos informativos con la imagen corporativa. Contabilizar el material con la imagen corporativa.
		4.1.6 Promover una imagen unificada del IdISBa en cuentas de redes sociales de grupos de investigación	Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> N.º de cuentas que mencionan el IdISBa
	4.2. Dar visibilidad a los investigadores e investigadoras emergentes	4.2.1. Promover el desarrollo y la visibilidad de los grupos emergentes y/o investigadores e investigadoras emergentes	Dirección Científica	<ul style="list-style-type: none"> N.º de acciones/año. % participación investigadores/as emergentes
5. Reforzar la relación entre el Instituto y la sociedad	5.1 Dar visibilidad de los avances en investigación en salud que se realizan en el seno de la entidad y cómo estos se trasladan a la salud poblacional	5.1.1 Acercar la investigación del Instituto a la sociedad	Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> N.º seguidores redes. N.º publicaciones en redes sociales. N.º visitas al perfil de las redes sociales. N.º menciones en redes sociales. N.º publicaciones blog. N.º de visitantes blog. N.º suscriptores boletín.

Objetivo	Línea estratégica	Objetivo operativo	Responsable	Indicadores
		5.1.2 Captación de fondos externos para el desarrollo de actividades de difusión científica	Dirección de Gestión Dirección Científica OPN y OPN Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • N.º de convocatorias presentadas. • N.º de convocatorias concedidas.
	5.2 Colaborar con los medios de comunicación locales, nacionales e internacionales	5.2.1 Establecer sinergias con los medios de comunicación con el fin de establecer canales fluidos en los que intercambiar información relevante acerca del Instituto	Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • N.º de notas de prensa • N.º de notas informativas • N.º de noticias publicadas en prensa escrita • N.º de noticias en otros medios audiovisuales
	5.3 Fomentar la participación de la sociedad en actividades de divulgación científica organizadas por el Instituto	5.3.1 Identificar agentes de interés no científicos que colaboren con el IdISBa	Dirección Científica Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • N.º de eventos organizados. • N.º de personal investigador participante. • N.º de asistentes. • N.º agentes no científicos identificados.

Objetivo	Línea estratégica	Objetivo operativo	Responsable	Indicadores
		5.3.2 Organización del Consejo Social y Empresarial orientado a dar visibilidad a la entidad y favorecer sinergias y acuerdos de colaboración	Dirección de Gestión Dirección Científica UITRI	<ul style="list-style-type: none"> Nº reuniones. Nº de asistentes.
		5.3.3 Organizar actividades con el objetivo de acercar el Instituto a la sociedad a través del ocio	Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> N.º de actividades. N.º de asistentes.
		5.3.4 Sensibilización de la actividad investigadora a través de campañas de <i>crowdfunding</i>	Gestión Económica TIC Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> N.º entidades colaboradoras. N.º campañas. N.º fondos recaudados.
	5.4 Fomentar la vocación científica en personal en formación y en personal docente	5.4.1 Realizar o participar en actividades divulgativas dirigidas a estudiantes de primaria y secundaria y a profesionales docentes	Dirección Científica Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> N.º de jornadas puertas abiertas. N.º centros solicitantes. N.º centros participantes. N.º alumnos participantes. N.º de investigadores e investigadoras participantes. Encuesta de satisfacción.

9.7 Cronograma

Plan de Comunicación IdISBa Cronograma	2021				2022				2023				2024			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
1. Fortalecer la Unidad de Comunicación	2021				2022				2023				2024			
1.1.1. Adquirir el material y los programas de diseño requeridos para el desarrollo de las funciones de comunicación					I			F								
1.2.1 Establecer un calendario de las actividades de divulgación anual	I															F
2. Potenciar la comunicación interna del Instituto	2021				2022				2023				2024			
2.1.1. Uso de herramientas en línea de comunicación	I															F
2.1.2 Dar visibilidad de los avances en investigación en salud que se realizan en el seno de la entidad	I															F
2.1.3 Valorar la satisfacción del personal con la comunicación interna del IdISBa.	I															F
2.1.4 Impulsar el buzón de sugerencias como canal de participación del personal contratado y adscrito al IdISBa	I															F
2.1.5 Actividades periódicas presenciales que refuercen la comunicación interna del IIS	I															F
2.1.6 Elaborar la memoria científica anual del Instituto	I															F
2.1.7 Incrementar la comunicación entre las entidades adscritas al Instituto con el fin de unificar las publicaciones y darse apoyo	I															F
3. Promover la colaboración del IdISBa con otras entidades	2021				2022				2023				2024			
3.1.1. Potenciar la presencia del IdISBa en los canales de comunicación de los hospitales y centros de Atención Primaria	I															F
3.2.1. Participar en actividades de divulgación científica organizadas por otras entidades	I															F
4. Impulsar la marca IdISBa	2021				2022				2023				2024			
4.1.1 Elaborar una nueva página web	I							F								
4.1.2 Impulsar la visibilidad del Instituto en la producción científica en publicaciones: filiación IdISBa en las publicaciones.	I															F

4.1.3 Dar visibilidad a todos los agentes que conforman el Instituto		I		F
4.1.4 Realizar un vídeo corporativo de la entidad		I		F
4.1.5 Promover el merchandising IdISBa y unificar la imagen corporativa	I			F
4.1.6 Promover una imagen unificada del IdISBa en cuentas de redes sociales de grupos de investigación	I			F
4.1.7 Promover el desarrollo y la visibilidad de los grupos emergentes y/o investigadores e investigadoras emergentes	I			F
5. Reforzar la relación entre el Instituto y la sociedad	2021	2022	2023	2024
5.1.1 Acercar la investigación del Instituto a la sociedad	I			F
5.1.2 Captación de fondos externos para el desarrollo de actividades de difusión científica	I			F
5.2.1 Establecer sinergias con los medios de comunicación con el fin de establecer canales fluidos en los que intercambiar información relevante acerca del Instituto	I			F
5.3.1 Identificar agentes de interés no científicos que colaboren con el IdISBa	I			F
5.3.2 Organización del Consejo Social y Empresarial orientado a dar visibilidad a la entidad y favorecer las sinergias para explorar posibles acuerdos de colaboración	I			F
5.3.3 Organizar actividades con el objetivo de acercar el Instituto a la sociedad a través del ocio	I			F
5.3.4 Sensibilización de la actividad investigadora a través de campañas de crowdfunding	I			F
5.4.1 Realizar o participar en actividades divulgativas dirigidas a estudiantes de primaria y secundaria y a profesionales docentes	I			F

10. Presupuesto

Se estima que la Unidad de Comunicación IdISBa requiere de un presupuesto anual de unos 16 600 € para poder llevar a cabo los objetivos definidos en el *Plan de Comunicación*.

	Presupuesto anual
Memoria científica	4000 €
Marca IdISBa – <i>Merchandising</i>	600 €
Programas de edición y diseño	1000 €
Organización actividades divulgativas	4000 €
Contrato con <i>Salut i Força</i>	5000 €
Externalización de servicios audiovisuales	2000 €
TOTAL	16 600 €

Por otra parte, se contempla el gasto puntual de un ordenador compatible con los programas de diseño del *Pack Adobe* y un trípode para la cámara, sumando así un total de 2550 € al presupuesto del año 2021.

	Presupuesto
Trípode para la cámara	50 €
Ordenador	2500 €
TOTAL	2550 €