

INiBICA

INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN E  
INNOVACIÓN BIOMÉDICA DE CÁDIZ

---

PLAN DE COMUNICACIÓN  
Y VISIBILIDAD  
CORPORATIVA

---

# Plan de Comunicación y Visibilidad Corporativa

	REALIZADO	REVISADO	APROBADO
<b>FECHA</b>	10/10/2022	28/12/2022	12/12/2022
<b>NOMBRE</b>	Julio M. Ríos de la Rosa	Comisión Comunicación Comité C. Externo Comité C. Interno Consejo Científico Dirección Científica Comisión Delegada	Consejo Rector
<b>CARGO</b>	Gerente (Secretario)	Manuel Aguilar Diosdado (Director Científico)	Gerente (Secretario)
<b>FIRMA</b>			

## Lugar de archivo

Servidor INiBICA – Hospital Universitario Puerta del Mar

## Responsable de la custodia

Gerencia INiBICA

## Histórico de versiones y cambios

- V1.2: actualización de canales de comunicación (10-12-2023 C. Rector)
- V1.1: corrección de estilo, y cronograma de indicadores (04-12-2023 C. Rector)

## Contenido

1. Introducción	4
2. Objetivos, acciones e indicadores	6
2.1. Objetivo general	6
2.2. Objetivos específicos y acciones	6
OE1: Dotar al INiBICA de identidad corporativa	6
OE2: Mejorar la visibilidad y comunicación interna para reforzar el compromiso de los profesionales con la institución	7
OE3: Mejorar la visibilidad y comunicación externa para fomentar alianzas y reforzar el compromiso del instituto con la sociedad	7
OE4: Crear Unidad de Comunicación INiBICA	8
2.3. Indicadores	9
3. Documentación relacionada	10

## 1. INTRODUCCIÓN

El presente documento recoge la estrategia de comunicación del Instituto de Investigación e Innovación Biomédica de Cádiz (INiBICA) para el trienio 2023-2025, definiendo los principios básicos del Instituto en términos de comunicación y normativa de identidad corporativa, con el fin de incrementar la visibilidad del mismo no solo en el ámbito sanitario y universitario (usuarios internos), sino también de cara a la sociedad, desde el ámbito local/regional, pasando por el nacional y, potencialmente, internacional (usuarios externos), en alineación con los pilares del I Plan Estratégico del Instituto para el periodo 2021-2025.

El Plan de Comunicación y Visibilidad Corporativa cuenta con un objetivo general, segmentado en objetivos específicos con diferentes acciones dirigidas a fortalecer la marca INiBICA y a mejorar la comunicación interna y externa del Instituto. Estos vienen motivados por el análisis interno del Instituto (DAFO), que se recoge a continuación:

<b>Análisis Interno</b>	<b>Análisis Externo</b>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
Falta de identidad corporativa INiBICA	Dispersión de las sedes, con diferentes identidades y necesidades
Confusión entre el concepto de INiBICA y la Fundación, e incorrecta identificación de espacios (INiBICA no abarca solo la Unidad de Investigación del HUPM)	Instituto joven y menos competitivo que otros cercanos a nivel regional
Estrategia de comunicación inexistente; correos masivos, redes y página web infrutilizados o sin pautas internas	Contexto mediático copado por noticias de institutos más consolidados a nivel regional y nacional
No existen RRHH en materia de comunicación	Escasos foros y eventos en salud comparado con otros territorios
<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
Elevado número de grupos e investigadores/as de distintas áreas temáticas	Acreditación por parte del ISCIII

Participación de varios agentes internos con potencial de colaboración creciente: hospitales, atención primaria, universidad	UCA cuenta con grupos y líneas diferenciales, como recursos marinos o ciencias del deporte; SAS Cádiz cuenta con grupos con experiencia en Big Data / Inteligencia artificial en salud; ambos permiten posicionar contenidos
Relación fuerte con la industria en proyectos, tanto por la parte universitaria como sanitaria.	5 hospitales y varios centros sanitarios cuya actividad está aún por desarrollarse completamente, lo que puede fomentar la actividad traslacional del instituto

El INiBICA carece actualmente de una Unidad de Comunicación Corporativa, aunque las instituciones firmantes del Convenio (Universidad de Cádiz y Consejería de Salud y Consumo) cuentan con una UCC+i que podrán prestar apoyo a la Comisión de Comunicación del Instituto en el perfeccionamiento y desarrollo del presente plan. Se ha establecido un protocolo de colaboración entre los gabinetes de comunicación de la UCA y de la CSC para promover notas de prensa desde el IIS, con la participación y aportaciones de las instituciones.

El Instituto dispone actualmente, en 2024, de los siguientes canales de comunicación activos y habilitados para su uso, contando con el visto bueno de la comisión de comunicación y de la Dirección del IIS.

- **Canales de comunicación internos**
  - Reuniones ordinarias del Comité Científico Interno
  - Reuniones periódicas de las comisiones internas
  - Jornadas y eventos intramuros
  - Reuniones entre las unidades de gestión y el personal del IIS
  - Reuniones entre las instituciones (integración)
  - Reuniones y correos de los programas científicos
  - Ciclo de seminarios internos
  - Formaciones internas
  - Correo electrónico
  - Newsletter
  - Intranet corporativa
  
- **Canales de comunicación externos**
  - Buzón de sugerencias
  - Redes sociales
  - Página web corporativa
  - Notas de prensa
  - Canal informante (IIS y fundación gestora)
  - Portal de transparencia (fundación gestora IIS)
  - Memorias científicas y planes de actuación anuales, así como sus memorias de seguimiento.

Desde 2022 se subcontrata la actividad de gestión de newsletter y redes sociales corporativas con el fin de incrementar la visibilidad del instituto, reforzar su marca y mejorar la interacción e intercambio de estrategia con la sociedad.

Los públicos objetivos, tanto a nivel interno como externo (incluyendo actores clave) del Instituto se recogen en el siguiente diagrama:



## 2. OBJETIVOS, ACCIONES E INDICADORES

### 2.1. Objetivo general

Desarrollar e implementar una política de identidad corporativa y de comunicación para el INiBICA que permita incrementar su visibilidad a nivel interno (universidad y centros sanitarios de la provincia de Cádiz) y externo (sociedad).

### 2.2. Objetivos específicos y acciones

En este apartado se describen los objetivos específicos (OE) del Plan de Comunicación y Visibilidad Corporativa del INiBICA junto con las acciones, hitos e indicadores correspondientes a cada objetivo.

#### OE1: Dotar al INiBICA de identidad corporativa

[A1.1] Elaborar y difundir un manual de identidad corporativa que establezca unas pautas para el uso consistente de la marca INiBICA: versiones aprobadas del logo, tipografía, colores corporativos, aplicaciones (convivencia con otros logos).

[A1.2] Elaborar y difundir materiales corporativos en castellano y, eventualmente, en inglés: plantillas comunes (Word, PowerPoint), videos (presentación del Instituto, líneas de investigación/grupos), pancartas, señalética y material para las redes sociales.

[A1.3] Actualizar la página web del Instituto en base al manual de identidad corporativa e incorporando todas las secciones recomendadas por el Instituto de Salud Carlos III (ISCIII) en la guía de acreditación para institutos biosanitarios. Incluir secciones de acceso directo y rápido a documentación

clave para los grupos de investigación (política de filiación, asignación de personal de gestión INiBICA para los distintos centros, procedimientos internos, etc.).

[A1.4] Poner en punto unos mensajes centrales que guíen las actividades de comunicación, enfocados a los distintos públicos internos y externos.

[A1.5] Elaborar una guía normalizada específica que integre el procedimiento de comunicación aprobado en la Junta de Andalucía y la Universidad de Cádiz, con vistas a no interferir en su política individual, y que sea ratificada por el Consejo Rector del Instituto.

[A1.6] Crear un protocolo de bienvenida para que la persona que empiece a trabajar tenga a su disposición la información necesaria que le permita conocer qué es el INiBICA, ya sea a través de un vídeo o de un manual creado para la ocasión.

## OE2: Mejorar la visibilidad y comunicación interna para reforzar el compromiso de los profesionales con la institución

[A2.1] Elaborar un manual de bienvenida y acogida al INiBICA, enfocado a mejorar el conocimiento del investigador sobre la estructura y funcionamiento interno del instituto.

[A2.2] Dotar a los espacios e infraestructura INiBICA de material corporativo e identificativo, enfocado a mejorar el reconocimiento e identificación de la institución por parte de los profesionales.

[A2.3] Establecer una política de uso de correos ([info@inibica.es](mailto:info@inibica.es); [comunicacion@inibica.es](mailto:comunicacion@inibica.es)) e implementar una intranet como canal de comunicación y transparencia interna, de forma que los Comités del Instituto y grupos puedan acceder a documentación clave sobre la toma de decisiones de las distintas Comisiones, y el funcionamiento del instituto.

[A2.4] Revisión de la difusión de la investigación en cuanto a seminarios, reuniones científicas, proyectos (especialmente europeos), referida a los días nacionales y mundiales, premios, consecución de proyectos importantes, etc.

[A2.5] Mejorar la actividad de difusión implementado un boletín con comunicaciones periódicas sobre las actividades del instituto, dirigido a personal investigador universitario y sanitario. Implementar acciones de difusión en entorno de Atención Primaria.

[A2.6] Organizar al menos una jornada anual como punto de encuentro de los/as investigadores/as INiBICA, para favorecer sinergias y conocer la actividad del instituto, además de premiar el talento.

## OE3: Mejorar la visibilidad y comunicación externa para fomentar alianzas y reforzar el compromiso del instituto con la sociedad

[A3.1] Comunicar la actividad científico-técnica del INiBICA, mediante la publicación de la memoria científica (en español y, cuando estemos más consolidados, en inglés) y material corporativo orientado a la sociedad/otros centros de investigación (medios audiovisuales, noticias).

[A3.2] Difundir la producción científica e innovadora de los grupos, estableciendo unas normas de uso de redes sociales y página

web para tal fin; publicitando la consecución de proyectos, recursos humanos y otros hitos a través de dichos medios e incrementando la filiación INiBICA.

[A3.3] Crear material específico de difusión para proyectos de especial relevancia o envergadura para el instituto, que se difundan a nivel nacional e internacional.

[A3.4] Reforzar la visibilidad de los servicios del Instituto, para llegar a potenciales colaboradores y clientes. Por ejemplo, a través de dossier donde se oferte la infraestructura y servicios centrales para empresa privada e instituciones externas, así como material (fichas de grupos, catálogo de patentes, registros de propiedad intelectual) para llevar a jornadas y encuentros con la industria.

[A3.5] Organizar eventos de investigación clínica y de innovación, en los que participen la industria y agentes clave, como asociaciones de pacientes o sociedades científicas.

[A3.6] Organizar eventos divulgativos, incluyendo aquellos enfocados a jóvenes y futuros investigadores/as: visitas a colegios de la provincia, participación en eventos universitarios y de residentes, jornadas divulgativas, etc.

#### OE4: Crear Unidad de Comunicación INiBICA

[A4.1] Creación de una Unidad de Comunicación específica para asumir las funciones de comunicación, contando con personal contratado a largo plazo, y personal de prácticas a corto plazo.



### 2.3. Indicadores

OBJETIVO ANUAL				
Indicador	ID	2023	2024	2025
Manual de identidad corporativa y material corporativo implementados	PC1.1	100%	revisar y reforzar en 2024 y 2025	revisar y reforzar en 2024 y 2025
Número de visitantes web/RRSS	PC1.2	Incrementar anualmente 10%	Incrementar anualmente 10%	Incrementar anualmente 10%
Número de noticias en prensa, medios, página web, etc.	PC1.3	Incrementar anualmente	Incrementar anualmente	Incrementar anualmente
Manual de bienvenida INiBICA	PC 2.1	100%	Difundir y completar en 2024 y 2025	Revisar y reforzar en 2024 y 2025
Implementación newsletter y política de uso de correo y redes sociales	PC 2.2.	100%	revisar y reforzar en 2024 y 2025	revisar y reforzar en 2024 y 2025

OBJETIVO ANUAL				
Indicador	ID	2023	2024	2025
Número de actividades intramuros	PC I2.3.	Al menos una jornada o evento anual		
Número de actividades de difusión hacia el público general	PC 3.1	Incrementar anualmente	Incrementar anualmente	Incrementar anualmente
Número de encuentros con agentes clave no científicos	PC 3.2	Al menos 1 evento anual	Al menos 1 evento anual	Al menos 1 evento anual

### 3. DOCUMENTACIÓN RELACIONADA

El presente Plan está estrechamente relacionado con los siguientes documentos:

- Plan Estratégico INiBICA 2021-2025
- Plan de Atracción de Talento
- Plan de Calidad
- Plan de Internacionalización
- Plan de Innovación y Transferencia
- Guía de acreditación IIS ISCIII