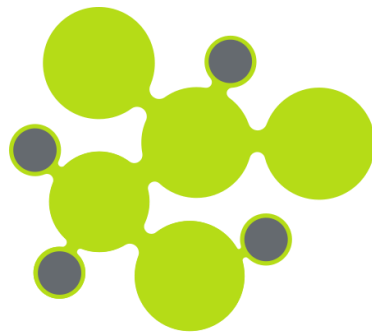


**IMIB**



**Instituto Murciano de  
Investigación Biosanitaria  
Pascual Parrilla**

**Plan de Comunicación IMIB**

**2024-2025**

## Contenido

<b>1. Introducción .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Planificación Estratégica .....</b>	<b>5</b>
<b>3. Áreas de Investigación .....</b>	<b>7</b>
<b>4. Análisis DAFO .....</b>	<b>11</b>
<b>5. Grupos destinatarios .....</b>	<b>13</b>
<b>6. Objetivos.....</b>	<b>14</b>
<b>7. Canales de Comunicación .....</b>	<b>16</b>
<b>8. Líneas de actuación .....</b>	<b>18</b>
<b>9. Evaluación y Seguimiento del Plan. Indicadores.....</b>	<b>24</b>
<b>10. Plan de Crisis.....</b>	<b>26</b>
<b>11. Días Mundiales Relacionados .....</b>	<b>28</b>

## 1. Introducción

El Instituto Murciano de Investigación Biosanitaria (IMIB) es una entidad que reúne a investigadores del ámbito biosanitario en la Región de Murcia. Se estableció a través de un convenio de colaboración entre varios organismos clave: Las Consejerías de Salud y de Empresa, Empleo, Universidades y Portavocía de la Administración General de la Región de Murcia, el Servicio Murciano de Salud, la Fundación para la Formación e Investigación Sanitarias de la Región de Murcia y la Universidad de Murcia, previa la autorización de sus respectivos órganos competentes

Desde 2015 el IMIB está acreditado como Instituto de Investigación Sanitaria (IIS), un reconocimiento que concede el Instituto de Salud Carlos III (ISCIII) a los centros de excelencia investigadora del Sistema Nacional de Salud (SNS). En 2019 el IMIB logró renovar por otros cinco años su inclusión en la élite de los centros de investigación biosanitaria de España y en el próximo 2024 encara su segunda reacreditación.

Desde su creación y a lo largo de los últimos años, el IMIB se ha consolidado como centro de investigación biosanitaria de excelencia e integrando en su estructura nuevos investigadores y grupos, incrementando notablemente su actividad y producción científica. El Instituto cuenta con numerosas colaboraciones con centros y universidades nacionales e internacionales, favoreciendo la movilidad de investigadores y el desarrollo de proyectos colaborativos y redes de investigación.

El Instituto Murciano de Investigación Biosanitaria (IMIB) posee una serie de características que lo hacen idóneo para convertirse en un vehículo de comunicación de la I+D + i biomédica regional ante la sociedad. Sin embargo, su presencia en los medios de comunicación, tanto regionales como nacionales, era prácticamente inexistente hasta 2019.

Varios son los elementos que confieren al IMIB un enorme potencial como fuente de generación de noticias, como ente divulgador de ciencia y como agente vital que recuerda el papel fundamental que juegan los investigadores y los clínicos en la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos y la necesidad de invertir en investigación biomédica:

- El impacto social y mediático de la biotecnología, con temas como la terapia celular, las investigaciones y aplicaciones para enfermedades de elevada trascendencia.
- La amplia variedad de líneas de investigación en el IMIB
- La intensa producción científica y la presencia en el Instituto de líderes de reconocido prestigio internacional y con cargos de relevancia en diferentes ámbitos.

Todos estos elementos, unidos al hecho de ser uno de los centros acreditados como de Institutos de Investigación Sanitaria (IIS) por el Instituto de Salud Carlos III (ISCIII) confieren al IMIB un enorme potencial como fuente de generación de noticias, como agente divulgador de la ciencia y, más concretamente, como generador de opinión.

El presente documento queda alineado, además, con los objetivos del Plan Estratégico y con el Plan de Traslación e Impacto a la Sociedad.

## 2. Planificación Estratégica

El IMIB cuenta con una misión, visión y objetivos estratégicos definidos, con el objetivo de orientar sus actuaciones y fines para los próximos años. Su análisis resulta imprescindible ya que, en base a esta planificación, se sustentan los objetivos de comunicación y líneas de actuación definidos en el presente Plan de Comunicación

### MISIÓN

Desarrollar una investigación de excelencia, potenciando las sinergias entre sus grupos de investigación y otros grupos y entidades, para favorecer la cooperación e impulsar la traslación del conocimiento generado en el ámbito de la salud y contribuir en su mejora. Optimizar los recursos existentes a través de estructuras y herramientas que garanticen la eficiencia y la calidad investigadora, apoyado en una gestión dinámica y en la búsqueda de la mejora continua.

### VISIÓN

Liderar la I+D+i biosanitaria en la región, capaz de coordinar la cooperación efectiva entre los diferentes agentes regionales en el desarrollo de una investigación competitiva y de excelencia a nivel nacional e internacional, impulsora y difusora del conocimiento generado, que apueste por la formación, la innovación y la transferencia de los avances alcanzados al sistema regional y a la práctica asistencial.

### OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Consolidar la identidad del IMIB entre las entidades que lo componen y su entorno como agente aglutinador de la investigación e innovación biosanitaria.
- Generar conocimiento científico de excelencia que revierta en la salud y la calidad de vida de la población.

- Impulsar las sinergias y la colaboración entre los grupos del IMIB, favoreciendo la investigación traslacional.
- Fortalecer la estructura de gestión de la I+D+i que proporcione el soporte necesario a los profesionales para el adecuado desarrollo de sus actividades y el correcto seguimiento y evaluación de las mismas.
- Contribuir a la captación de talento científico, así como el desarrollo y estabilización de los profesionales sanitarios.
- Dinamizar la competitividad en la captación de recursos.
- Potenciar la innovación y transferencia de la investigación con agentes clave del ámbito tecnológico y empresarial.
- Desarrollar estrategias que incrementen la visibilidad del IMIB y el conocimiento generado con impacto en la sociedad.

Para alcanzar estos objetivos estratégicos, la comunicación, tanto interna como externa, resulta una herramienta fundamental.

La comunicación interna es una herramienta que posibilita la participación activa de la totalidad de integrantes del Instituto. Esta interacción permite enriquecer la estrategia del IMIB e incrementar en última instancia los resultados de su actividad y su impacto, reforzando la integración y la colaboración entre los investigadores y el personal de gestión.

Por otra parte, conseguir que el conocimiento generado desde el ámbito de la investigación llegue de manera efectiva tanto a la población en general como a los usuarios del sistema en particular, exige estrategias a corto, medio y largo plazo.

Estas estrategias deben estar dotadas de elementos de revisión y evaluación periódica de su efectividad, y han de complementarse con la opinión de los agentes clave para nuestra institución.

En este sentido, la visibilidad del IMIB es fundamental.

### 3. Áreas de Investigación

#### ÁREA 1

##### HEMATOLOGÍA Y ONCOLOGÍA CLÍNICO -EXPERIMENTAL. GENÉTICA-CLÍNICA.

Hematología y oncología médica clínico-experimental.

Control molecular de la proliferación y diferenciación.

Terapias moleculares y biomarcadores de tumores sólidos.

Integración morfofuncional de células y tejidos.

Tromboelismo venoso.

Metalofármacos antitumorales no convencionales.

Patología molecular y farmacogenética.

#### ÁREA 2

##### ENFERMEDADES CARDIOVASCULARES Y RESPIRATORIAS.

Cardiología clínica y experimental.

Investigación en Pediatría.

Terapias respiratorias en la insuficiencia respiratoria clínica.

Aerobiología y toxicología ambiental.

Fisiología médica.

Grupo de investigación de enfermería en avances en pruebas funcionales respiratorias.

Investigación y desarrollo en cirugía cardiovascular.

#### ÁREA 3

##### ENFERMEDADES DIGESTIVAS Y ENDOCRINO-METABÓLICAS.

Cirugía digestiva, endocrina y trasplante de órganos abdominales.

Nutrición.

Bases clínicas, tecnológicas, celulares y moleculares en Medicina Digestiva.

Odontología.

Odontología mínimamente invasiva.

Investigación quirúrgica en área de salud.

Nutrición y Bromatología.

Toxicología y evaluación de riesgos.

Obesidad, diabetes y metabolismo.

Cirugía ortopédica infantil y reconstructiva ésea.

#### ÁREA 4

##### NEUROCIENCIAS Y ÓRGANOS DE LOS SENTIDOS.

Oftalmología experimental.

Farmacología celular y molecular.

Regionalización cerebral y genes del desarrollo.

Neurociencia clínica y experimental.

Psicobiología y Neurobiología del comportamiento.

Envejecimiento cerebral y demencias.

Neurointervencionismo.

Oftalmología clínica.

Farmacología clínica y experimental.

#### AREA 5

##### EPIDEMIOLOGÍA, SALUD PÚBLICA Y SERVICIOS DE SALUD.

Investigación en Epidemiología y Salud Pública.

Metodología en investigación en Ciencias de la Salud.

Salud Medioambiental Pediátrica.



Fisioterapia y discapacidad.

Medicina Legal y Forense. Legislación sanitaria.

Investigación en Atención Primaria.

Cuidados enfermeros avanzados.

Grupo de investigación en cuidados.

## ÁREA 6

### INMUNOLOGÍA, MICROBIOLOGÍA Y ENFERMEDADES INFECCIOSAS.

Inmunología e Inmunotolerancia en trasplantes y enfermedades  
de base inmunológica.

Inmunidad, inflamación y cáncer.

Trasplante hematopoyético/ Terapia celular.

Inmunidad innata en la salud y la enfermedad.

Patología infecciosa, Microbiología clínica y Medicina tropical.

Oncología clínica y traslacional.

Autofagia, respuesta inmune y tolerancia en procesos patológicos.

Bioingeniería tisular y Medicina regenerativa.

Farmacología clínica y terapéutica.

## ÁREA 7

### BIOTECNOLOGÍA. APLICACIONES SANITARIAS DE BIOCENCIAS.

Biología de la reproducción.

Biomembranas y señalización celular.

Bioquímica y Biotecnología enzimática.

Fisiología reproductiva y reproducción asistida.

Biología molecular de sistemas.

Investigación en Ginecología, Reproducción y Medicina maternofoetal.

Tecnologías de modelado, procesamiento y gestión del conocimiento.

Grupo de investigación en Radiología.

Grupo de Radiofarmacia.

Grupo de investigación en Física médica.

Farmacocinética clínica y Farmacoterapia aplicada.

## 4. Análisis DAFO

El Plan de comunicación recoge parte del análisis DAFO realizado en el Plan Estratégico del IMIB 2024 - 2028 para identificar y analizar los aspectos que nos permiten poder establecer criterios de priorización de objetivos y acciones del plan de comunicación.

### DEBILIDADES

- Página web obsoleta.
- Cierta desconocimiento sobre el instituto, así como las labores que realiza y fines.
- Falta de reconocimiento de imagen del IMIB.

### AMENAZAS

- Dificultad para posicionar los contenidos [noticias, eventos, convocatorias, etc.) en el contexto mediático.
- Limitaciones presupuestarias para desarrollar actividades necesarias relacionadas con la comunicación interna y externa.

### FORTALEZAS

- Número adecuado de grupos de investigación clínicos asociados, consolidados y emergentes.
- Posibilidades de colaboración entre los grupos de investigación que integran el IMIB.
- Gran capacidad investigadora de los miembros que forman el IMIB, que genera nuevas actividades mediáticas.

## OPORTUNIDADES

- Alto interés de la ciudadanía por conocer los últimos avances de investigación sanitaria.
- Apuesta de la Consejería de Salud por la participación comunitaria para generar conocimiento, que contribuirá a desarrollar nuestra estrategia de comunicación externa con actores no científicos.
- Posibilidades de captación de fondos nacionales y europeos para la difusión del conocimiento generado.

## 5. Grupos destinatarios

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

1. Órganos de Gobierno: Junta de Gobierno y Comité Permanente.
2. Órganos de Dirección: Consejo de Dirección, director, subdirectores científicos y subdirector técnico.
3. Órganos Consultivos: Comité Científico Externo, Consejo Científico, Comité Ético de Investigación Clínica y Comité de Ética de Experimentación Animal.
4. Órgano de gestión: Fundación para la Formación e Investigación Sanitarias (FFIS).
5. Comisiones de Trabajo del Instituto.
6. Personal Investigador de las Áreas Científicas.
7. Unidades de Gestión.
8. Consejería de Salud de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.  
  
Centros de I+D+I a nivel regional, estatal e internacional, tanto públicos como privados, y sus profesionales, con especial atención a otros institutos de investigación sanitaria, redes estables colaborativas y agentes de ámbito europeo.  
  
Otros centros del ámbito del Sistema Nacional de Salud, públicos y privados.9. Otras instituciones estrechamente relacionadas con la naturaleza del Instituto.
10. Empresas relacionadas con el sector biomédico o biotecnológico.  
  
Estudiantes universitarios que puedan acercarse a la realidad investigadora y del IMIB.  
  
Pacientes y asociaciones de pacientes.  
  
Medios de comunicación generalistas y especializados.
11. Público en general.

## 6. Objetivos

El presente Plan de Comunicación persigue, como objetivo general, maximizar la visibilidad del IMIB Pascual Parrilla, tanto a nivel interno como a nivel externo, regional como nacional e 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.

Para ello, se articulará a través de los siguientes objetivos, diferenciados a su vez en las tres principales dimensiones de la comunicación: Corporativa, Interna y Externa.

### COMUNICACIÓN CORPORATIVA

- **Consolidación de la identidad corporativa:** Reforzar la identidad visual y verbal del Instituto, desarrollando una estrategia de comunicación que resalte la identidad y la misión del IMIB.
- **Posicionar al IMIB como referente en investigación biosanitaria:** Consolidar la reputación como centro líder en el ámbito biosanitario, demostrando su excelencia y avances científicos, no solo a nivel regional, sino también nacional e internacional
- **Alineación con los Objetivos Estratégicos del IMIB:** Asegurar que todas las acciones de comunicación estén alineadas con los objetivos estratégicos del Instituto para proyectar una imagen consistente y efectiva.
- **Creación de contenidos de calidad:** Desarrollar contenido que refleje la excelencia científica del IMIB y su impacto en la sociedad, resaltando logros, avances y contribuciones a la investigación biosanitaria.

## COMUNICACIÓN INTERNA

- **Mejora de la comunicación interdepartamental:** Facilitar canales efectivos de comunicación interna para fomentar la colaboración entre los distintos grupos de investigación y departamentos.
- **Fomento de la cultura institucional:** Promover la cultura de la investigación, la innovación y el trabajo en equipo, resaltando los logros y éxitos de los profesionales del Instituto
- **Información clara y transparente:** Garantizar una comunicación clara y transparente sobre políticas, proyectos y cambios organizativos dentro del IMIB.

## COMUNICACIÓN EXTERNA

- **Crear una estrategia de comunicación multiplataforma:** Desarrollar una estrategia de comunicación integral que incluya redes sociales, sitio web, publicaciones científicas, boletines informativos y medios de comunicación tradicionales para maximizar el alcance y la efectividad.
- **Incremento de la visibilidad del IMIB:** Aumentar la presencia y reconocimiento del Instituto a nivel nacional e internacional, destacando sus investigaciones y logros científicos.
- **Fomento de relaciones estratégicas:** Establecer y fortalecer relaciones con entidades gubernamentales, académicas, de salud y colaboradores potenciales para potenciar la transferencia tecnológica e innovación.
- **Generación y difusión del conocimiento científico:** Promover la difusión de logros científicos a través de campañas de comunicación que destaquen la excelencia del conocimiento generado por el IMIB, con un contenido atractivo y comprensible para el público general.
- **Aumentar la interacción y participación:** Fomentar la interacción con la comunidad científica, estudiantes, instituciones y el público en general a través de eventos, conferencias, talleres y actividades de divulgación.

## 7. Canales de Comunicación

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. Así, es fundamental organizarla y llevarla a la práctica con un marco de referencia claro.

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 se ha visto notablemente 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).

Así, se, han alterado las relaciones tradicionales entre el emisor y el receptor. La información ha dado paso a la era de la comunicación.

La web, las redes sociales, la sindicación de contenidos 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 dicha realidad comunicativa digital.

Internet es el primer medio de comunicación más usado para informarse sobre ciencia y tecnología detrás de las televisiones, según recoge la Encuesta de Percepción Social de la Ciencia 2022 que elabora la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT), siendo el uso de las redes sociales la tendencia que más se ha incrementado en los últimos años. Estos medios digitales se presentan como una oportunidad para las instituciones sanitarias si son empleados como una vía para mejorar la visibilidad de las actividades desarrolladas en sus centros y su imagen de marca, así como para darse a conocer ante la sociedad.

Teniendo en cuenta, por tanto, las posibilidades de esta nueva forma de comunicación, el presente Plan se articula como una herramienta que permita dinamizar la difusión de los



planes y actividades que el IMIB realiza y que puedan 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.

Así, el IMIB utiliza los siguientes canales para llevar a cabo las acciones de comunicación objeto de este Plan de Comunicación:

- Páginas web del IMIB, FFIS, MurciaSalud y Escuela de Salud
- Cuentas en redes sociales asociadas al Instituto
- Medios de comunicación generalistas y especializados, de ámbito regional, nacional e internacional
- Reuniones, jornadas y otros eventos
- Mailing
- Buzón de sugerencias
- Revistas científicas y repositorios especializados
- Cuestionarios y encuestas
- Memoria Científica y documentos internos que se difunden (por ejemplo, otros Planes: calidad, innovación, formación...)

Además, estos canales se complementan con la colaboración en los canales de otras instituciones y organizaciones afines a través de los responsables de sus diferentes gabinetes de comunicación de las instituciones que forman parte del IMIB o que están relacionadas con el Instituto, como Consejería de Salud, Consejería de Medio Ambiente, Universidades e Investigación, Presidencia de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, Universidad de Murcia, Universidad Católica San Antonio, Universidad Politécnica de Cartagena, Hospital Clínico Universitario Virgen de la Arrixaca, Instituto de Salud Carlos III, Ministerio de Ciencia e Innovación y Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar, además de asociaciones de pacientes, sociedades y academias científicas, colegios profesionales y revistas científicas, entre otros.

## 8. Líneas de actuación

### *COMUNICACIÓN CORPORATIVA*

La Comunicación Corporativa hace referencia al conjunto de acciones a través de las cuales el IMIB establece canales de comunicación con sus diferentes públicos, transmitiéndoles información acerca de la misión, la visión y los valores del Instituto.

Además de mejorar el posicionamiento de marca, el principal objetivo de la Comunicación Corporativa del IMIB es establecer una relación sólida y duradera entre el Instituto y el público interno y externo.

También ayuda a gestionar la información interna y externa, aporta coherencia a la identidad corporativa y permite afrontar las situaciones de crisis que impacten en la organización.

#### 1. Consolidación de la identidad corporativa del IMIB:

- **Actualización del Manual de Identidad Visual y Verbal:** Revisar y actualizar el manual de identidad para garantizar la coherencia en la presentación de la marca en todos los canales de comunicación.
- **Consolidación a nivel internacional:** Actualización del sitio web, incluyendo no solo el Castellano como idioma de lectura, sino también el inglés.
- **Aumento del posicionamiento:** se emplearán herramientas SEO para aumentar el tráfico de calidad hacia el sitio web del IMIB mediante la mejora de su posicionamiento en los principales motores de búsqueda.
- **Campaña de sensibilización interna:** Lanzar una campaña interna para destacar la importancia de mantener una identidad visual unificada.

**2. Posicionar al IMIB como referente en investigación biosanitaria:**

- **Participación en congresos y eventos:** Asegurar la presencia y participación en eventos científicos y académicos reconocidos para presentar los avances e investigaciones del IMIB.
- **Relaciones públicas y alianzas estratégicas:** Establecer colaboraciones y alianzas con la Administración y otras instituciones para reforzar la reputación del IMIB.

**3. Alineación con los Objetivos Estratégicos:**

- **Estrategia de comunicación integrada:** Desarrollar una estrategia que vincule cada acción comunicativa con los objetivos estratégicos del Instituto para reforzar su impacto.

**4. Creación de contenidos de calidad:**

- **Programa de contenidos diversificados:** Desarrollar un programa editorial diversificado que incluya artículos científicos, informes de investigación, entrevistas, vídeos y materiales interactivos para ampliar el alcance y la accesibilidad de la información generada.
- **Colaboración con profesionales de la comunicación científica:** Establecer vínculos con profesionales externos para mejorar la calidad y presentación de los contenidos generados.
- **Mantenimiento y actualización de los contenidos de la web:** con la periodicidad que se considere adecuada, se actualizarán los contenidos y espacios de la web.

## COMUNICACIÓN INTERNA

Las acciones de comunicación interna están orientadas a mantener las conexiones y favorecer el intercambio de información entre los miembros que conforman la comunidad investigadora del IMIB. Las estrategias e iniciativas impulsadas por el Instituto a nivel

interno favorecen la participación del personal y la interdisciplinariedad entre los grupos.

Las medidas empleadas por el IMIB son las siguientes:

1. Mejora de la comunicación interdepartamental:

- **Plataforma de comunicación interna:** A través de la plataforma digital (intranet), compartir información, documentos y noticias entre departamentos, fomentando la motivación de los investigadores, la colaboración y el intercambio de conocimientos.
- **Sesiones de feedback y debate:** Organizar sesiones regulares para que los departamentos puedan proporcionar retroalimentación sobre los proyectos y actividades, promoviendo la discusión y la sinergia.
- **Grupos de Trabajo Interdisciplinarios:** Establecer grupos de trabajo interdepartamentales para la colaboración en proyectos específicos, fomentando la interacción y el intercambio de conocimientos.

2. Fomento de la cultura institucional:

- **Programa de reconocimiento interno:** Implementar y dar difusión a un programa de reconocimiento interno que premie los logros y éxitos individuales y colectivos, fomentando una cultura de la excelencia.
- **Encuentros y eventos institucionales:** Organizar encuentros, conferencias o eventos internos para promover la interacción entre los profesionales, incentivando el intercambio de ideas y la colaboración.

3. Información clara y transparente:

- **Boletín informativo interno:** Crear un boletín regular con información sobre proyectos, cambios organizativos y logros del IMIB, asegurando una comunicación transparente y efectiva.

- **Portal de Transparencia:** Implementar un portal o sección en la intranet con información clara sobre políticas, procedimientos y datos relevantes del Instituto para que esté accesible para toda la ciudadanía.

## COMUNICACIÓN EXTERNA

Durante los próximos años, a través de los canales empleados para aumentar la visibilidad del centro, se espera continuar con la dinámica de comunicación, generando un amplio espectro de noticias para medios regionales, nacionales e internacionales. Además, se potenciará la colaboración sincronizada con los canales de comunicación de entidades vinculadas, como la Consejería de Salud, la Universidad de Murcia y otros centros de investigación para promover la difusión coordinada de noticias y otras informaciones de interés.

### 1. Crear una estrategia de comunicación multiplataforma:

- **Desarrollo de contenido adaptado a plataformas específicas:** Crear contenido único y adaptado para cada plataforma, maximizando la eficacia y el alcance de la comunicación.
- **Presencia en redes sociales y Medios de Comunicación:** Mantener una presencia activa en redes sociales y medios de comunicación, publicando contenido atractivo y relevante para la audiencia del IMIB.
- **Optimización del sitio web:** Actualizar y mejorar el sitio web del IMIB para garantizar que sea una fuente confiable de información sobre investigaciones, eventos y novedades del Instituto.

### 2. Incremento de la Visibilidad del IMIB:

- **Participación en eventos:** Asegurar la presencia en congresos, ferias y eventos de ciencia y salud a nivel regional y nacional para presentar la actividad del IMIB.

- **Alianzas con medios de comunicación:** Mantener o aumentar la periodicidad de las publicaciones establecidas en los diarios regionales La Verdad y La Opinión así como en la publicación especializada Salud 21 o en canales de TV como 7 Región de Murcia, para obtener cobertura mediática de los logros y avances del IMIB.
- **Programa de Embajadores del IMIB:** Identificar y capacitar a profesionales del IMIB como embajadores de la marca, para representar y divulgar los valores y logros del Instituto.
- **Informar de los éxitos y avances científicos llevados a cabo en el IMIB:**
- **Envío de un boletín de periodicidad trimestral a todas las personas Colaboraciones con instituciones sociales y asociaciones de pacientes:**
- **Organización de eventos de carácter benéfico y divulgativo con instituciones y asociaciones vinculadas al ámbito de la salud.**

### 3. Fomento de relaciones estratégicas:

- **Networking con instituciones:** Organizar eventos y reuniones con instituciones gubernamentales, académicas y de la industria de la salud para establecer colaboraciones estratégicas.
- **Alianzas con centros de investigación y universidades:** Establecer convenios y programas de colaboración con otros centros de investigación y universidades para fomentar la cooperación y el intercambio de conocimiento.

### 4. Generación y difusión del conocimiento:

- **Creación de contenidos divulgativos:** Desarrollar vídeos, infografías y artículos simplificados sobre investigaciones científicas para que sean comprensibles para el público general.
- **Eventos y talleres de divulgación científica:** Organizar conferencias, talleres y eventos abiertos al público para explicar investigaciones y avances científicos del IMIB de manera accesible.

- **Presencia en medios de comunicación:** Mejorar la presencia en los medios de comunicación generalistas con informaciones periódicas, generando notas de prensa en colaboración con las diferentes áreas que conforman el IMIB.

5. Aumentar la interacción y participación:

- **Seminarios y conferencias:** Organizar eventos regulares, abiertos al público, para que la comunidad científica y la población general interactúen con el IMIB, así como mantener o aumentar la participación en eventos de esta índole organizados por otras instituciones o colectivos.
- **Participación en programas e iniciativas dirigidas a los jóvenes:** Mantener la presencia del IMIB en espacios dirigidos a los jóvenes como la Semana de la Ciencia y la Tecnología o el Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia, entre otros.
- **Actividades de divulgación en escuelas y universidades:** Desarrollar programas y actividades para involucrar a estudiantes de diferentes niveles educativos en la ciencia y la investigación del IMIB. Además de estas acciones, el Plan de Comunicación deberá estar actualizado y podrá modificarse de acuerdo a las necesidades del Plan Estratégico del centro.

## 9. Evaluación y Seguimiento del Plan. Indicadores

La evaluación del Plan de Comunicación se desarrollará a través de los encargados del cumplimiento de dicho Plan, principalmente en la Comisión de Comunicación. Cada sector se encargará de registrar pormenorizadamente el seguimiento de las acciones publicadas, así como el recuento de la difusión del contenido generada para el Instituto a través de las noticias publicadas en medios de comunicación, la información recogida en la web y el contenido publicado en redes sociales durante el periodo de ejecución del plan.

A través del análisis de los indicadores pormenorizados en el Plan de Comunicación y los resultados obtenidos, los responsables podrán presentar un informe analizando la situación en la que se encuentra el Plan de Comunicación del IMIB y establecer un plan de mejoras con nuevas acciones y cambio de estrategia.

También se realizará una reunión anual para conocer qué medidas del Plan son necesarias reforzar u orientar hacia nuevos intereses de acuerdo con el Plan Estratégico.

El uso de una serie de indicadores, medibles y fáciles de monitorizar nos permitirá maximizar la visibilidad del IMIB, tanto a nivel regional como nacional, dando a conocer la estructura organizativa, misión, visión y estrategia de informar, a su público objetivo, de las principales actividades que ejecuta o en las que colabora.

- N° de impacto en medios de comunicación donde aparezca el IMIB
- N° de seguidores en redes sociales
- N° de interacciones generados en redes sociales
- N° de visitas a la página web
- N° de boletines de noticias enviados al año (tanto interno como para suscriptores)
- N° de suscriptores a los boletines
- N° de participaciones en eventos, jornadas y conferencias
- N° de eventos organizados por la propia entidad



- N° anual de colaboraciones establecidas con instituciones y asociaciones

Todos estos indicadores serán evaluados en distintas etapas:

1. La persona responsable de comunicación llevará un registro informatizado de las actividades desarrolladas en materia de comunicación, registrando: título, fecha, canal, participantes e impacto.
2. Con la información recogida, se elaborará un informe anual en el que se incluirán posibles modificaciones de la planificación.
3. El informe será presentado a los órganos competentes del IMIB.
4. Búsqueda de nuevos objetivos estratégicos en materia de comunicación.

## 10. Plan de Crisis

Una crisis, bien gestionada, puede convertirse en un punto de reposicionamiento y fortalecimiento de la marca del IMIB, dotando al instituto de mayor confianza, respeto, credibilidad y reputación.

Para ello, será necesario establecer una guía de actuación que debe ser capaz de adaptarse y redefinirse en cada situación específica pero que ofrezca las pautas básicas sobre las que actuar.

El IMIB debe ser capaz de resolver y saber actuar ante cualquier incidencia que se produzca. Para ello, al percibirse una situación de crisis, el IMIB deberá analizar y rediseñar el presente Plan de Crisis, siguiendo las siguientes medidas:

- Establecer un comité de crisis de forma permanente, compuesto por: Director científico, subdirectores científicos, directora de gestión, Comité Científico Externo, Comité Científico Interno y responsables de comunicación. En cada situación, se incluirá a expertos en la materia y otros actores.
- Definir un portavoz.
- Análisis preliminar del problema y su repercusión, tanto a nivel interno como a público objetivo y grupos de interés.
- Gestionar inmediatamente una política comunicativa interna y externa, centralizando la comunicación y eliminando mensajes contradictorios.
- Adelantarse a los medios de comunicación y a bulos que puedan circular en redes sociales, ofreciendo información clara y transparente, no permitiendo males interpretaciones por falta de información.
- Disponibilidad total y transparencia informativa en todo momento.

- Capacidad inmediata de reacción, reconociendo los errores cometidos con honestidad y ofreciendo credibilidad, procurando dar información sobre el origen de la crisis y explicando posibles soluciones, sin caer en la especulación.
- Coordinar la comunicación de los mensajes idóneos, dentro y fuera del IMIB, a través de los canales informativos necesarios en cada momento.
- Analizar y controlar continuamente las acciones comunicativas llevadas a cabo por el comité de crisis.
- Evaluación de los resultados.
- Trasladar, por parte de la dirección del IMIB, agradecimientos públicos y de manera privada a los públicos afectados o implicados en la incidencia.
- En caso necesario, realizar disculpa pública.
- Elaboración de una campaña de comunicación que apoye y haga recordar la solución de la crisis, planificada eficazmente con medios de comunicación.
- Aunque en un primer momento puede no ser necesario, en caso de serlo, se valorará realizar una acción persuasiva (campaña publicitaria).

## **11. Días Mundiales Relacionados**

### **ENERO**

- 13: Día Mundial de la lucha contra la Depresión
- 29: Día Mundial contra la Lepra
- 30: Día Mundial de la no Violencia y la Paz

### **FEBRERO**

- 4: Día Mundial contra el Cáncer
- 11: Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia
- 13: Día Internacional de la Epilepsia
- 14: Día Internacional de las Cardiopatías Congénitas
- 14: Día Europeo de la Salud Sexual
- 15: Día Europeo del Cáncer Infantil
- 18: Día Internacional del Síndrome de Asperger
- 27: Día Mundial del Trasplante
- 28: Día Mundial de las Enfermedades Raras

### **MARZO**

- 6: Día Europeo de la Logopedia
- 8: Día Internacional de la Mujer
- 12: Día Mundial del Glaucoma
- 14: Día Europeo de la Prevención del Riesgo Cardiovascular
- 20: Día Mundial del Sueño
- 21: Día Mundial del Síndrome de Down
- 24: Día Mundial Contra la Tuberculosis
- 27: Día Internacional del Enlace entre las Ciencias Médicas
- 29: Día Nacional del Trasplante

#### **ABRIL**

**2: Día Mundial de la Concienciación sobre el Autismo**

**7: Día Mundial de la Salud**

**11: Día Mundial del Parkinson**

**12: Día Nacional de la Atención Primaria**

**17: Día Mundial de la Hemofilia**

**18: Día Europeo de los Derechos de los Pacientes**

**19: Día Nacional de la Cefalea**

**24: Día Mundial contra la Meningitis**

**25: Día Internacional del ADN**

**26: Día Nacional de la Fibrosis Quística**

**29: Día Internacional de la Inmunología**

#### **MAYO**

**2: Día Mundial del Asma**

**5: Día Internacional del Celíaco**

**5: Día Mundial de la Higiene de Manos**

**6: Día Internacional de la Osteogénesis Imperfecta**

**8: Día Mundial de la Talasemia**

**10 Día Mundial del Lupus**

**12: Día Mundial de la Fibromialgia y Síndrome de Fatiga Crónica**

**13: Día Europeo de la enfermedad de Chron y la Colitis Ulcerosa**

**17: Día Mundial de la Hipertensión**

**19: Día Mundial de la Enfermedad Inflamatoria Intestinal**

**20: Día Internacional de los Ensayos Clínicos**

**24: Día Mundial de la Epilepsia**

**27: Día Nacional del Celíaco**

**31: Día Mundial de la Esclerosis Múltiple**

**31: Día Mundial sin Tabaco**

#### **JUNIO**

**4: Día Mundial de la Fertilidad**

- 5: Día Mundial del Medio Ambiente
- 6: Día Mundial de la Hidradenitis Supurativa
- 6: Día Mundial de los Trasplantados
- 7: Día Nacional del Donante de órganos y Tejidos
- Día Internacional de los Tumores Cerebrales
- 11: Día Mundial del Cáncer de Próstata
- 13: Día Europeo de la Prevención del Cáncer de Piel
- 14: Día Mundial del Donante de Sangre
- 16: Día Internacional de la Biotecnología
- 21: Día Mundial contra la ELA
- 26: Día Internacional de la lucha contra el uso indebido de las drogas
- 27: Día Internacional de la Sordoceguera
- 29: Día Mundial de la Esclerodermia

## JULIO

- 3: Día Internacional del Síndrome de Rubinstein-Taybi
- 24: Día Internacional del Autocuidado
- 28: Día Mundial contra la Hepatitis

## AGOSTO

- 1: Día Mundial del ARN
- 1al 7: Semana Mundial de la Lactancia Materna
- 12: Día Internacional de la Juventud

## SEPTIEMBRE

- 8: Día Mundial de la Fibrosis Quística
- 10: Día Mundial para la Prevención del Suicidio
- 12: Día Internacional de Acción contra la Migraña
- 15: Día Mundial del Linfoma
- 15: Día Europeo de la Salud Prostática
- 16: Día Mundial del Donante de Médula Ósea y Sangre de Cordón Umbilical
- 20: Día Internacional de la Sordera

- 21: Día Mundial del Alzheimer
- 23: Día Mundial del Síndrome de Piernas Inquietas
- 24: Día Mundial de la Retinosis Pigmentaria
- 25: Día Internacional de la Ataxia
- 28: Día Mundial de la Rabia
- 29: Día Mundial del Corazón

#### OCTUBRE

- 1: Día Internacional de la Hepatitis C
- 1: Día Nacional de la Artritis Reumatoide
- 4: Día Mundial de la Parálisis Cerebral
- 5: Día Europeo contra la Depresión
- 7: Día Internacional del Ostromizado
- 10: Día Mundial de la Salud Mental
- 12: Día Mundial de las Enfermedades Reumáticas
- 14: Día Mundial de la Donación de Órganos, Tejidos y Trasplantes
- 14: Día Mundial de los Cuidados Paliativos
- 17: Día Mundial contra el Dolor
- 18: día Mundial de la Menopausia
- 19: Día Mundial contra el Cáncer de Mama
- 20: Día Mundial de la Osteoporosis
- 20: Día Nacional de la Espondilitis Anquilosante
- 21: Día Mundial de la Ingeniería Clínica
- 24: Día Mundial de la Lucha contra la Polio
- 26: Día Nacional del Daño Cerebral Adquirido
- 29: Día Mundial de la Psoriasis
- 29: Día Mundial del Ictus

#### NOVIEMBRE

- 10: Día Mundial de la Ciencia para la Paz y el Desarrollo
- 12: Día Mundial contra la Neumonía
- 14: Día Mundial de la Diabetes
- 15: Día Europeo de la Disonía
- 15: Día Nacional de las Enfermedades Neuromusculares
- 15: Día Mundial de la EPOC

- 17: Día Mundial del Niño Prematuro
- 20: Día Mundial de la Infancia
- 21: Día Europeo de la Fibrosis Quística
- 21: Día Mundial de la Espina Bífida
- 25: Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer

#### DICIEMBRE

- 1: Día Mundial de la Lucha contra el SIDA
- 3: Día Internacional de las Personas con Discapacidad
- 3: Día Europeo del Síndrome de Marfan
- 10: Día de los Derechos Humanos
- 12: Día Internacional de la Cobertura Sanitaria Universal
- 18: Día Nacional de la Esclerosis Múltiple
- 21: Día Nacional del Niño con Cáncer