

Plan de Comunicación Científica de GENyO 2026–2027



Índice

<i>Resumen ejecutivo</i>	5
1. <i>Análisis de situación</i>	7
1.1. <i>Marco institucional</i>	7
1.2. <i>Capacidades científicas, áreas, líneas, y soporte institucional</i>	10
1.3. <i>Análisis DAFO</i>	13
2. <i>Públicos y grupos de interés</i>	15
2.1. <i>Públicos internos</i>	15
2.2. <i>Actores híbridos</i>	17
2.3. <i>Públicos externos</i>	23
3. <i>Objetivos</i>	30
3.1. <i>Objetivo general</i>	30
3.2. <i>Objetivos específicos</i>	30
4. <i>Estrategias</i>	34
5. <i>Tácticas</i>	39
6. <i>Recursos</i>	53
6.1. <i>Recursos humanos</i>	53
6.2. <i>Recursos tecnológicos</i>	55
6.3. <i>Recursos documentales y materiales</i>	57
6.4. <i>Recursos económicos</i>	59
7. <i>Responsables</i>	64
8. <i>Riesgos y medidas preventivas</i>	68
9. <i>Conclusiones</i>	74
<i>Anexo I</i>	76
<i>Anexo II</i>	80
<i>Anexo III</i>	82
<i>Anexo IV</i>	83
<i>Anexo V</i>	84
<i>Anexo VI</i>	87
<i>Anexo VII</i>	91
<i>Anexo VIII</i>	116

Índice de tablas

<i>Tabla 1. Análisis DAFO</i>	14
<i>Tabla 2. Vinculación de públicos y grupos de interés con los objetivos del plan.</i>	33
<i>Tabla 3. Vinculación de los objetivos específicos con las estrategias del plan.</i>	38
<i>Tabla 4. Cronograma orientativo de ejecución de tácticas.</i>	52
<i>Tabla 5. Estimación orientativa del presupuesto</i>	62
<i>Tabla 6. Relación RACI de responsables del Plan de Comunicación Científica de GENyO.</i> 67	
<i>Tabla 7. Relación entre estrategias, tácticas e indicadores de seguimiento</i>	79
<i>Tabla 8. Propuesta de calendario de seminarios internos 26-27</i>	88
<i>Tabla 9. Propuesta de calendario de seminarios internos 27-28</i>	90

Índice de ilustraciones

<i>Ilustración 1. Ejemplo del boletín de noticias interno de GENyO.....</i>	80
<i>Ilustración 2. Ejemplo del boletín de eventos externo de GENyO.....</i>	81
<i>Ilustración 3. Ejemplo de la Unidad de Genómica y Bioinformática del dossier de las Unidades de Apoyo de GENyO.....</i>	82
<i>Ilustración 4. Manual de buenas prácticas de comunicación.....</i>	83
<i>Ilustración 5. Ejemplo de plantillas para stories de Instagram.....</i>	84
<i>Ilustración 6. Ejemplo de plantilla para PowerPoint.....</i>	84
<i>Ilustración 7. Fondo para escritorio 6000x3375.....</i>	85
<i>Ilustración 8. Infografía en prevención de riesgos laborales.....</i>	86

Resumen ejecutivo

El Plan de Comunicación Científica de GENyO constituye una herramienta estratégica alineada con el Plan Estratégico 2024–2027 y orientada a consolidar una comunicación más estructurada, coherente, medible y adaptada a la realidad actual del centro. Su finalidad es reforzar la identidad institucional de GENyO, mejorar la coordinación interna, ordenar la relación con sus actores híbridos, aumentar la visibilidad científica y acercar la investigación biomédica a la sociedad.

El plan parte de una nueva segmentación de públicos en tres grandes bloques: públicos internos, actores híbridos y públicos externos. Esta clasificación permite diferenciar entre la comunicación dirigida a la estructura propia del centro —órganos de gobierno, órganos consultivos, personal investigador, unidades de apoyo, unidades de gestión y proveedores críticos—, la relación con entidades que tienen un papel dual en GENyO, y la comunicación externa dirigida a comunidad científica, administraciones, financiadores, empresas, medios, centros educativos, asociaciones de pacientes y ciudadanía.

El documento define un objetivo general y seis objetivos específicos, desarrollados a través de nueve estrategias y un conjunto de tácticas operativas. Entre las acciones principales destacan la creación de boletines internos y externos, la puesta en marcha de circuitos de recogida de información mediante SharePoint o Teams, la creación de un Comité de Comunicación, el nombramiento de Delegados de Comunicación por grupo, la actualización semestral de la web, la elaboración de un dossier de servicios científicos y tecnológicos, la creación de un banco audiovisual institucional, la producción de un nuevo vídeo corporativo, la memoria bianual de eventos científicos y la planificación anual de eventos y comunicaciones.

La ejecución del plan se apoya en recursos humanos, tecnológicos, documentales, audiovisuales, económicos y organizativos. La responsabilidad principal recae en la Unidad de Comunicación y Divulgación Científica, en coordinación con la Dirección Científica, la Subdirección, la Gerencia, la Unidad de Sistemas de la Información, la Unidad de Gestión de Proyectos, las Unidades de Apoyo a la Investigación, los grupos científicos y el Comité de Comunicación. Esta estructura garantiza una distribución clara de funciones y una gobernanza adecuada del plan.

El plan incorpora, además, calendarios operativos de eventos y comunicaciones para facilitar la planificación anual, evitar solapamientos y asegurar una difusión equilibrada de la actividad científica, institucional y divulgativa. Estos calendarios tienen en cuenta seminarios externos, defensas de tesis, demos, congresos, charlas, visitas de institutos, 11F, Semana de la Ciencia, Noche Europea de los Investigadores, Jornadas Científicas de GENyO y otras fechas señaladas.

Desde el punto de vista económico, el plan plantea un presupuesto ajustado a los recursos reales del centro, priorizando el uso de medios propios para la producción de materiales, informes y memorias, y reservando dotación específica para producción audiovisual, herramientas digitales, automatización de boletines, organización de eventos y posibles imprevistos.

Finalmente, la identificación de riesgos y medidas preventivas permite anticipar posibles dificultades relacionadas con la sobrecarga del calendario, la falta de información procedente de los grupos, la desigual visibilidad interna, las limitaciones presupuestarias, los fallos técnicos, la protección de datos o las crisis reputacionales. En conjunto, el Plan de Comunicación Científica de GENyO se configura como un marco práctico y sostenible para reforzar la cohesión interna, proyectar la excelencia científica del centro y aumentar su impacto en la comunidad científica, las instituciones, los financiadores y la sociedad.

1. Análisis de situación

1.1. Marco institucional

GENyO es un centro mixto (Universidad de Granada, Junta de Andalucía — Consejerías de Salud y de Universidad— y Pfizer) orientado a investigación biomédica de excelencia y su traslación a diagnóstico y terapias. El centro está ubicado en el Parque Tecnológico de la Salud (PTS) de Granada, en un edificio de 6.400 m² que alberga laboratorios, áreas de servicios de apoyo y espacios de gestión, con capacidad para unos 200 investigadores.

Misión

Impulsar la investigación biomédica de excelencia, integrando conocimiento científico, innovación y talento para mejorar la salud de la sociedad desde un enfoque traslacional y colaborativo.

Visión

Seguir siendo un referente en investigación biomédica traslacional, generando conocimiento de alto impacto y contribuyendo activamente al bienestar de la sociedad.

Principios y valores fundamentales

De acuerdo con el *Plan Estratégico 2024–2027*, la actuación de GENyO se fundamenta en:

- **Excelencia científica:** GENyO promueve una investigación de la más alta calidad, basada en el rigor metodológico, la mejora continua y la generación de conocimiento con un impacto significativo en el ámbito biomédico.
- **Innovación responsable:** El centro impulsa la creatividad y la adopción de nuevas ideas desde una perspectiva ética, sostenible y orientada a dar respuesta a los desafíos reales en materia de salud.
- **Integridad y ética:** GENyO actúa con transparencia, honestidad y respeto a los principios éticos en todos los procesos de investigación y en sus relaciones profesionales.
- **Colaboración interdisciplinar:** La institución fomenta la cooperación entre disciplinas científicas, organismos e instituciones para enriquecer la investigación y acelerar la transferencia del conocimiento a la sociedad.
- **Desarrollo de talento:** GENyO respalda el crecimiento profesional y personal de su equipo humano, facilitando entornos de formación, inclusión y motivación para investigadores en todas las etapas de su carrera.

- **Compromiso social:** La actividad investigadora de GENyO se orienta al beneficio de la sociedad, con el objetivo de mejorar la salud y el bienestar de las personas, manteniendo un diálogo constante con el entorno social.
- **Igualdad y diversidad:** El centro defiende la igualdad de oportunidades, la diversidad y la inclusión como elementos esenciales para crear un entorno de trabajo justo, plural y enriquecedor.

1.1.1. Relación con el Plan Estratégico 2024-2027

El Plan de Comunicación Científica que se presenta está integrado en el *Plan Estratégico 2024–2027*, que define objetivos y acciones respaldados por indicadores clave de rendimiento (KPI). En particular, responde de forma directa a los objetivos estratégicos SO2 (“Incrementar la visibilidad, reputación y alianzas internacionales de GENyO”) y SO5 (“Estratégico 5. Desarrollar y promover GENyO. ”), actuando como herramienta esencial para consolidar una marca institucional sólida, coherente y reconocible, capaz de amplificar la proyección internacional del centro.

Este plan materializa la Acción 20 del *Plan Estratégico* (“Aprobar e implementar un Plan Integral de Comunicación ”), concebida para reforzar la visibilidad, la reputación y el posicionamiento estratégico de GENyO y englobada dentro del SO5 y la meta 8: “Promocionar una marca de centro integrado para darla a conocer a la comunidad”.

Asimismo, se articula de forma coordinada con otras acciones que inciden directa o indirectamente en la comunicación y la proyección externa e interna:

- **Acción 5** – Acogida de simposios y seminarios científicos internacionales.
- **Acción 6** – Liderar la participación en foros y redes internacionales.
- **Acción 8** – Establecer líneas de colaboración con Pfizer.
- **Acción 10** – Desarrollar herramientas de comunicación interna.
- **Acción 17** – Implementar una política de publicaciones.
- **Acción 18** – Implementar una política de reconocimiento.
- **Acción 21** – Aplicar medidas en las seis dimensiones de la RRI.
- **Acción 24** – Promover la inclusión y la igualdad de género.

De esta forma, este Plan de Comunicación se configura como un elemento transversal que no solo da cumplimiento a la acción principal prevista en el *Plan Estratégico*, sino que también potencia el alcance e impacto de aquellas iniciativas estratégicas que requieren visibilidad, coherencia narrativa y alineación con la identidad institucional de GENyO.

1.1.2. Relación con los principios de Investigación e Innovación Responsable – RRI

El Plan de Comunicación Científica de GENyO se alinea con los principios de Investigación e Innovación Responsable —RRI—, integrando la comunicación como una herramienta transversal para reforzar la relación entre la actividad investigadora del centro y las necesidades, expectativas y valores de la sociedad. Esta vinculación resulta especialmente relevante dentro del Plan Estratégico 2024–2027, que contempla la aplicación de medidas en las dimensiones de la RRI como parte del desarrollo institucional del centro.

Desde esta perspectiva, la comunicación científica no se limita a la difusión de resultados, sino que contribuye a promover una investigación más abierta, ética, inclusiva, participativa y socialmente responsable. El presente plan incorpora estos principios a través de sus objetivos, públicos, estrategias y tácticas, especialmente en aquellas acciones orientadas a la divulgación científica, la transparencia institucional, la participación social, la visibilidad de la diversidad, la educación científica y la mejora de la gobernanza comunicativa. Estos principios son:

- **Participación ciudadana.** El plan promueve una comunicación bidireccional con la sociedad, centros educativos, asociaciones de pacientes, ciudadanía y entidades sociales. Las actividades divulgativas, visitas, charlas, jornadas con pacientes, Semana de la Ciencia, Noche Europea de los Investigadores y contenidos específicos para ciudadanía permiten acercar la investigación biomédica a públicos no especializados, recoger inquietudes sociales y reforzar la confianza en la ciencia.
- **Ciencia Abierta.** El plan favorece la difusión accesible de la actividad científica de GENyO mediante la comunicación de publicaciones, proyectos, resultados, recursos científico-técnicos, eventos y capacidades del centro. La actualización de la web, los boletines, las redes sociales, los materiales divulgativos y la narrativa científica continua contribuyen a hacer más visible y comprensible el conocimiento generado, facilitando su circulación entre comunidad científica, instituciones, financiadores y sociedad.
- **Igualdad de género.** El plan incorpora acciones de comunicación que visibilizan la participación de mujeres en la ciencia, promueven referentes diversos y contribuyen a reforzar una imagen inclusiva de la investigación biomédica. Las campañas vinculadas al 11F, la difusión equilibrada de perfiles científicos y técnicos, y la representación plural en contenidos, eventos y materiales institucionales permiten avanzar hacia una comunicación más igualitaria y representativa.
- **Educación científica.** El plan contempla acciones dirigidas a centros educativos, juventud y ciudadanía, con el objetivo de fomentar vocaciones científicas, explicar el funcionamiento de la investigación biomédica y mostrar la diversidad de perfiles profesionales que intervienen en un centro de investigación. Las visitas de institutos, charlas divulgativas, talleres, actividades en Semana de la Ciencia y materiales adaptados a distintos niveles de conocimiento contribuyen a fortalecer la cultura científica y el diálogo entre ciencia y sociedad.
- **Ética.** La ética se integra mediante una comunicación rigurosa, prudente y basada en evidencias, evitando mensajes sobredimensionados, falsas expectativas o

interpretaciones erróneas sobre los resultados científicos. Este enfoque resulta especialmente importante en ámbitos como la genómica, el cáncer, las enfermedades raras, la medicina personalizada o las terapias avanzadas, donde la comunicación debe combinar claridad, sensibilidad y responsabilidad.

- **Gobernanza.** Se refuerza mediante la creación de estructuras y circuitos que ordenan la comunicación del centro, como el Comité de Comunicación, los Delegados de Comunicación por grupo, los calendarios anuales de eventos y comunicaciones, los indicadores de seguimiento y los mecanismos de coordinación entre Dirección Científica, Gerencia, Unidades de Gestión, Unidades de Apoyo y grupos de investigación. Todo ello permite que la comunicación sea planificada, evaluable, transparente y alineada con los objetivos estratégicos de GENyO.

En conjunto, la incorporación de los principios RRI al Plan de Comunicación Científica permite que la comunicación de GENyO no solo contribuya a aumentar su visibilidad, sino también a fortalecer una investigación más responsable, abierta, inclusiva y conectada con la sociedad.

1.2. Capacidades científicas, áreas, líneas, y soporte institucional

1.2.1. Estructura Científica

GENyO cuenta con una estructura científica basada en dos grandes áreas de investigación y cuatro líneas estratégicas (SL), que articulan tanto la investigación básica como la aplicada:

Área Básica: Genómica Funcional

Dedicada al estudio de la estructura, función y regulación del genoma humano, así como a la identificación de las bases genéticas y epigenéticas de las enfermedades. Integra aproximaciones de biología molecular, bioinformática y biotecnología avanzada para descubrir mecanismos fundamentales de la salud y la enfermedad.

En esta área se desarrollan dos líneas estratégicas:

- **SL1: Genoma humano**
Investigación en la estructura, función y variabilidad del genoma humano, con especial énfasis en la identificación de variantes genéticas asociadas a enfermedad, estudios de epigenética y análisis de expresión génica. Incluye el desarrollo de metodologías bioinformáticas y el uso de tecnologías de secuenciación masiva (*Next Generation Sequencing*, NGS)
- **SL2: Genómica del cáncer**
Estudio de alteraciones genéticas, epigenéticas y moleculares en distintos tipos de cáncer. Aborda la identificación de biomarcadores para diagnóstico

precoz, pronóstico y predicción de respuesta a tratamientos. La investigación combina modelos celulares, análisis de datos masivos y validaciones clínicas.

Área Aplicada: Medicina Personalizada

Orienta la investigación hacia la traslación clínica de los descubrimientos científicos, desarrollando herramientas y estrategias para la prevención, diagnóstico, pronóstico y tratamiento individualizado de los pacientes.

Incluye dos líneas estratégicas:

- **SL3: Detección, diagnóstico, seguimiento y pronóstico**

Desarrollo y validación de herramientas para el diagnóstico temprano y seguimiento de enfermedades, utilizando biomarcadores moleculares, imagen médica y tecnologías de análisis de datos. Incluye aplicaciones en oncología, enfermedades raras, enfermedades inflamatorias y patología infecciosa.

- **SL4: Terapias avanzadas**

Investigación orientada al diseño y optimización de terapias personalizadas, incluyendo terapias génicas y celulares, inmunoterapia, y desarrollo de nuevos fármacos. En esta línea, se trabaja en la transferencia de resultados desde el laboratorio a la práctica clínica, integrando ensayos preclínicos y clínicos.

1.2.2. Unidades de Apoyo

GENyO fortalece su capacidad investigadora mediante infraestructura avanzada, organizada en Unidades de Apoyo que brindan servicios técnicos esenciales:

- Unidad de Genómica y Bioinformática
- Unidad de Microscopía
- Unidad de Citometría
- Unidad de Cultivos Celulares
- Servicios Generales

1.2.3. Unidades de Gestión

GENyO cuenta con cinco **Unidades de Gestión** que garantizan la eficiencia administrativa, la transparencia y el soporte transversal a la investigación:

- Unidad de Gestión de Proyectos
- Unidad de Servicios Generales y de Contratación y Compras

- Unidad de Gestión Económica, Administrativa y de Recursos Humanos
- Unidad de Comunicación y Divulgación Científica
- Unidad de Sistemas de la Información

Estas unidades, junto con las de apoyo, conforman la parte de estructura y técnica que sustenta la actividad de las dos áreas científicas y sus líneas de investigación.

1.3. Análisis DAFO

El análisis DAFO, como herramienta estratégica que permite identificar las fortalezas y debilidades internas, así como las oportunidades y amenazas externas que afectan a una organización, permite un diagnóstico esencial para el posterior diseño de estrategias y tácticas alineadas con los objetivos, maximizando las ventajas competitivas y minimizando los riesgos.

Fortalezas (F)	Debilidades (D)
Estructura institucional sólida respaldada por UGR, Junta de Andalucía y Pfizer, aportando prestigio, estabilidad y capacidad de influencia.	Visibilidad internacional insuficiente en comparación con el potencial científico del centro.
Plan Estratégico 2024–2027 claro, con objetivos medibles (KPI) y acciones vinculadas a la comunicación.	Identidad institucional poco cohesionada, con mensajes y canales no siempre unificados.
Capital humano cualificado y multidisciplinar, con investigadores consolidados y jóvenes talentos.	Dependencia de iniciativas individuales para la difusión científica, sin un plan integral previo.
Conexión entre áreas de investigación (Genómica Funcional y Medicina Personalizada) que potencia la traslación clínica.	Comunicación interna no unificada y con canales muy arcaicos.
Liderazgo claro y estructura organizativa sólida que facilita la implantación de una estrategia.	Obsolescencia de equipamiento, con muy poca posibilidad de renovar las infraestructuras.
	Poca posibilidad de que el personal tenga una continuidad laboral.
Oportunidades (O)	Amenazas (A)
Interés creciente en la sociedad y medios por la biomedicina, especialmente genómica, cáncer y medicina personalizada.	Competencia creciente de otros centros de investigación por talento, recursos y atención mediática.
Acciones estratégicas del Plan 2024–2027 relacionadas con comunicación que pueden integrarse de forma coordinada.	Ritmo acelerado de producción científica global que dificulta destacar sin estrategias sólidas de comunicación.
Participación en redes y consorcios internacionales (Horizonte Europa, ERC, MSCA) con oportunidades de difusión global.	Posible saturación informativa en redes y medios, exigiendo mensajes diferenciados y de mayor valor.
Entorno innovador del PTS que favorece alianzas con empresas y <i>startups</i> .	Dependencia de financiación pública y convocatorias competitivas para mantener ciertas actividades.

Oportunidades (O)	Amenazas (A)
Crecimiento de plataformas digitales y multimedia para la divulgación científica y la interacción con públicos diversos.	Cambios en la política regional y nacional que pueden afectar a la gestión, estructura o financiación del centro.
Especial interés de Pfizer en la realización de un plan de innovación.	Altos costes en cuanto a la publicación de artículos científicos.
Apoyo de la UGR mediante convenios para facilitar la contratación de personal y mejora de infraestructura.	

Tabla 1. Análisis DAFO

2. Públicos y grupos de interés

El Plan de Comunicación Científica de GENyO se dirige a un conjunto de públicos estratégicos cuya identificación permite adaptar los mensajes, canales y acciones a las necesidades, expectativas e intereses de cada grupo. Esta segmentación resulta esencial para reforzar la visibilidad del centro, mejorar la coherencia institucional, facilitar la transferencia del conocimiento y consolidar la confianza de la comunidad científica, las instituciones y la sociedad.

Los públicos se organizan en tres grandes categorías: públicos internos, actores híbridos y públicos externos. Esta clasificación permite distinguir entre quienes participan directamente en la vida organizativa del centro, quienes se relacionan con GENyO desde fuera de su estructura y aquellas entidades que, según el contexto, pueden actuar tanto como parte del ecosistema interno como como agentes externos autónomos.

Debe tenerse en cuenta que algunos actores —como la Universidad de Granada, FIBAO, FPS, Pfizer, los hospitales colaboradores, determinadas asociaciones de pacientes, spin-offs o entidades vinculadas al Parque Tecnológico de la Salud— pueden desempeñar un papel híbrido. Por ello, su tratamiento comunicativo debe adaptarse al contexto concreto: gobernanza, colaboración científica, transferencia, financiación, divulgación o posicionamiento institucional.

Público general

De forma transversal, GENyO se comunica con el conjunto de su ecosistema de relación: personal, instituciones, colaboradores, socios estratégicos, financiadores, comunidad científica, empresas, pacientes y ciudadanía. Este público recibe los mensajes generales sobre la misión, visión, valores, resultados e impacto del centro, con el objetivo de consolidar una marca institucional sólida, coherente y reconocible.

La comunicación dirigida a este público debe reforzar la reputación del centro, visibilizar su contribución a la investigación biomédica y proyectar a GENyO como un espacio de excelencia científica, innovación, colaboración público-privada y compromiso social.

2.1. Públicos internos

Los públicos internos son aquellos que forman parte activa de la vida organizativa, científica, técnica o funcional de GENyO. La comunicación con ellos es esencial para garantizar la cohesión interna, la transparencia, la coordinación operativa, el sentido de pertenencia y el alineamiento con los objetivos estratégicos del centro.

- **Órganos de gobierno:** Incluye a los órganos responsables de la dirección, toma de decisiones, planificación estratégica, gestión ordinaria y supervisión del funcionamiento del centro:

- Consejo Rector.
- Comisión Delegada.
- Junta de Centro.
- Dirección.
- Subdirección.
- Gerencia.

La comunicación con este público debe ser rigurosa, periódica y orientada a la toma de decisiones. Debe incluir información sobre resultados científicos, indicadores estratégicos, ejecución del Plan Estratégico, memoria de actividades, necesidades organizativas, captación de financiación, funcionamiento de las unidades, alianzas institucionales y cualquier aspecto que afecte a la sostenibilidad y proyección del centro.

- **Órganos consultivos:** Incluye a los órganos que participan en el asesoramiento, deliberación, evaluación y mejora continua del centro:

- Comité Científico Externo: El Comité Científico Externo asesora al Consejo Rector, a la Dirección y a la Junta de Centro en aspectos relacionados con las líneas de investigación, la política científica, la adscripción o desadscripción de investigadores, la creación o reorganización de grupos y la elaboración del Plan Estratégico.
- Claustro de Centro: Se trata del foro de deliberación de los asuntos científicos, técnicos y de gestión de GENyO, integrado por la totalidad del personal investigador, técnico y de gestión.

La comunicación con estos órganos debe facilitar información clara, sistematizada y suficiente para emitir recomendaciones, participar en la mejora del funcionamiento del centro, canalizar necesidades internas y reforzar la transparencia organizativa.

- **Personal del centro:** Este grupo incluye a investigadores principales, personal investigador postdoctoral y predoctoral, técnicos de las Unidades de Apoyo, personal de gestión y administración, personal que están realizando una estancia, estudiantes de TFG, TFM y prácticas, así como todo el personal vinculado a la actividad científica del centro.

El personal del centro necesita disponer de información actualizada, clara y accesible sobre proyectos, noticias, oportunidades de financiación, actividades formativas, seminarios, convocatorias, cambios organizativos, normas internas y resultados institucionales. Una comunicación interna eficaz contribuye a reforzar la coordinación entre grupos y unidades, mejorar la participación y consolidar el sentimiento de pertenencia.

Desde el punto de vista comunicativo, este público requiere mensajes útiles, directos y segmentados, evitando la saturación informativa y facilitando canales estables para la difusión de noticias, eventos, convocatorias, procedimientos y resultados relevantes.

- **Proveedores críticos.** Incluye a las empresas o servicios externos que desarrollan funciones esenciales en el funcionamiento diario del centro, especialmente en vigilancia, limpieza, mantenimiento, residuos, climatización, ascensores, servicios generales, soporte técnico y logística.

Pese a tener un carácter contractual externo, se trata de un público interno-operativo, ya que intervienen en la actividad diaria del edificio y necesitan información clara sobre accesos, normas internas, seguridad, prevención de riesgos, incidencias, mantenimiento y protocolos.

Esta clasificación permite diferenciar entre los órganos responsables de la toma de decisiones, los órganos de consulta y participación, el personal que desarrolla la actividad científica, las unidades que prestan apoyo técnico y de gestión, y los proveedores críticos que intervienen en el funcionamiento ordinario del centro. De este modo, se evita mezclar en una misma categoría realidades con necesidades comunicativas distintas y se facilita el diseño de mensajes, canales y acciones específicas para cada público.

2.2. Actores híbridos

Además de los públicos internos y externos, GENyO se relaciona con una serie de actores que no pueden clasificarse de forma estricta en una única categoría, ya que desempeñan un papel dual. Por un lado, participan en la gobernanza, gestión, financiación, actividad científica, actividad asistencial o transferencia del centro; por otro, actúan como instituciones autónomas dentro del ecosistema científico, sanitario, universitario, empresarial o social.

Estos actores híbridos requieren una comunicación específica, capaz de combinar la coordinación interna, la rendición de cuentas y la alineación institucional con una estrategia de visibilidad externa, reputación compartida y generación de alianzas.

- **Universidad de Granada:** La Universidad de Granada constituye uno de los actores híbridos más relevantes para GENyO. Su papel se articula en una doble dimensión: como institución patrona del centro y como agente académico, investigador y formativo de referencia en el entorno nacional e internacional.

Desde la perspectiva interna, la UGR participa en la gobernanza de GENyO a través de los órganos correspondientes y contribuye a la definición estratégica del centro. Además, numerosos investigadores, grupos de investigación, estudiantes de doctorado, máster, TFG, TFM y prácticas pertenecen académica y laboral o funcionarialmente a la Universidad.

Desde la perspectiva externa, la UGR actúa como universidad de referencia, entidad clave en la consecución de proyectos competitivos, institución formadora, socio en redes académicas y agente clave para la proyección científica internacional. La comunicación con la UGR debe reforzar la visibilidad de GENyO como activo científico de la Universidad, favorecer la coordinación en materia de investigación, formación y transferencia, y facilitar la difusión conjunta de resultados, convocatorias, actividades científicas y logros institucionales.

- **Consejería de Universidad, Investigación e Innovación:** La Consejería de Universidad, Investigación e Innovación de la Junta de Andalucía tiene una posición híbrida por su papel en la gobernanza institucional de GENyO y por su función externa como administración pública responsable de políticas universitarias, científicas, tecnológicas y de innovación.

En el plano interno, forma parte del marco institucional que sostiene la actividad del centro y participa en los espacios de decisión estratégica. En el plano externo, representa un interlocutor clave para alinear la actividad de GENyO con las prioridades autonómicas en investigación, innovación, transferencia de conocimiento, captación de talento y posicionamiento de Andalucía como región competitiva en biomedicina.

La comunicación con este actor debe centrarse en trasladar resultados científicos, indicadores de impacto, captación de fondos, contribución al ecosistema andaluz de I+D+i, transferencia y retorno social de la inversión pública.

- **Consejería de Sanidad, Presidencia, y Emergencias:** La Consejería de Sanidad, Presidencia, y Emergencias constituye un actor híbrido por su relación institucional con GENyO y por su papel como administración responsable de las políticas sanitarias en Andalucía.

Desde la dimensión interna, participa en el marco de gobernanza y orientación institucional del centro. Desde la dimensión externa, actúa como

interlocutor estratégico para vincular la investigación biomédica con las prioridades del sistema sanitario, especialmente en áreas relacionadas con el Centro como cáncer, medicina personalizada, enfermedades complejas, diagnóstico molecular, prevención y traslación clínica.

La comunicación con esta Consejería debe poner en valor la contribución de GENyO a la mejora del conocimiento biomédico, su potencial impacto en la salud pública, la conexión entre investigación básica y práctica clínica, y su papel en el fortalecimiento de la investigación sanitaria andaluza.

- **Servicio Andaluz de Salud:** Estas instituciones deben contemplarse como actores híbridos por su vinculación institucional con el centro y por su papel como estructuras externas del sistema sanitario público andaluz.

Su dimensión interna se relaciona con la gobernanza, la coordinación institucional y el marco de colaboración que permite integrar la investigación biomédica de GENyO en el contexto sanitario andaluz. Su dimensión externa se vincula a la planificación, prestación y coordinación de servicios sanitarios, así como a la conexión con hospitales, profesionales clínicos, plataformas asistenciales y redes de investigación sanitaria.

La comunicación con estos actores debe facilitar la cooperación entre investigación y asistencia sanitaria, visibilizar resultados con potencial clínico, reforzar la orientación traslacional de GENyO y favorecer la identificación de oportunidades de colaboración en estudios, proyectos multicéntricos, ensayos clínicos y programas de medicina personalizada.

- **Pfizer:** Pfizer ocupa una posición singular dentro de los actores híbridos de GENyO. Por un lado, forma parte del origen, gobernanza e identidad institucional del centro además de ser el propietario del edificio en el que ubica el Centro; por otro, es una compañía biofarmacéutica internacional que opera en el ámbito industrial, científico y sanitario global.

Desde la dimensión interna, Pfizer participa en la estructura institucional de GENyO y contribuye a su posicionamiento como modelo de colaboración público-privada. Desde la dimensión externa, representa un socio estratégico potencial para proyectos de investigación, innovación, transferencia tecnológica, desarrollo biomédico y colaboración con la industria.

La comunicación con Pfizer debe combinar la rendición de cuentas institucional con la identificación de oportunidades de colaboración científica y tecnológica. Debe destacar la excelencia investigadora de GENyO, sus capacidades en genómica y oncología, sus infraestructuras científico-técnicas, su talento investigador y su capacidad para generar resultados traslacionales con potencial impacto biomédico.

- **FIBAO:** La Fundación para la Investigación Biosanitaria de Andalucía Oriental Alejandro Otero, FIBAO, tiene un papel híbrido especialmente relevante por su condición de entidad gestora de GENyO y por su posición externa como fundación de apoyo a la investigación sanitaria en Andalucía oriental.

Desde la perspectiva interna, FIBAO interviene en la gestión administrativa, económica, contractual y operativa del centro, además de canalizar proyectos, contratación de personal, convenios, compras, justificaciones y otros procesos esenciales para el funcionamiento diario de GENyO.

Desde la perspectiva externa, FIBAO actúa como entidad del ecosistema biosanitario andaluz, vinculada a hospitales, grupos clínicos, investigación sanitaria, convocatorias competitivas, ensayos, transferencia y gestión de I+D+i.

La comunicación con FIBAO debe ser continua, técnica y coordinada, orientada a asegurar una gestión eficaz, una correcta ejecución de los proyectos y una representación coherente de GENyO dentro del sistema de investigación biosanitaria.

- **Fundación Pública Andaluza Progreso y Salud:** La Fundación Pública Andaluza Progreso y Salud (FPS) mantiene una posición híbrida por su relación histórica e institucional con GENyO y por su papel dentro del ecosistema público andaluz de investigación e innovación en salud en su papel de coordinación de la Red de Fundaciones Biomédicas de Andalucía.

Aunque determinadas funciones de gestión hayan evolucionado dentro del marco institucional del centro, FPS sigue siendo un actor relevante por su vinculación con estructuras de investigación, innovación, plataformas, programas de apoyo y políticas de I+D+i en salud. Además de la vinculación laboral con FPS de personal ubicado en Genyo, tanto investigador como técnico y de gestión.

La comunicación con FPS debe orientarse a mantener la coordinación institucional, facilitar la coherencia en proyectos o actuaciones compartidas, reforzar la conexión de GENyO con el ecosistema andaluz de investigación sanitaria y visibilizar aquellas actividades en las que exista participación o interés común.

- **Centros asistenciales de referencia:** Existen centros asistenciales que pueden considerarse referentes por su tamaño, sus capacidades técnicas, la diversidad de especialidades, plataformas, los servicios de soporte, etc. Entre ellos, destacan el Hospital Universitario Virgen de las Nieves y el Hospital Clínico San Cecilio.

Su papel en la investigación clínica es fundamental, ya que permiten trasladar los avances del laboratorio a la práctica médica, facilitando el acceso de los pacientes a terapias innovadoras.

Desde la dimensión interna o colaborativa, puede participar en proyectos, estudios clínicos, transferencia de muestras, colaboración con profesionales sanitarios, codirección de investigaciones, integración de datos clínicos o validación de resultados biomédicos. Desde la dimensión externa, actúa como hospital público de referencia, con estructura, prioridades y canales propios dentro del sistema sanitario andaluz.

Este público debe recibir información clara, periódica y relevante sobre la evolución de los proyectos, los resultados de la investigación y las oportunidades de colaboración, garantizando al mismo tiempo el cumplimiento de los estándares éticos y regulatorios de la investigación clínica. La comunicación con estos centros debe reforzar la conexión entre laboratorio y práctica clínica, facilitar la interlocución entre grupos de investigación y servicios hospitalarios, y visibilizar los resultados compartidos.

Su dimensión híbrida se debe a que, aunque son instituciones asistenciales externas a GENyO, pueden integrarse funcionalmente en proyectos de investigación, redes clínicas, captación de muestras, validación de resultados o estudios traslacionales.

La comunicación con estos hospitales debe centrarse en la coordinación científica y clínica, la claridad en los objetivos de los proyectos, la devolución de resultados, la visibilidad compartida y el fortalecimiento de colaboraciones regionales en investigación biomédica.

- **Spin-offs y startups vinculadas a GENyO:** Las spin-offs y startups vinculadas a GENyO constituyen actores híbridos porque nacen o se relacionan con la actividad investigadora del centro, pero operan como entidades empresariales externas.

Estas empresas conservan un vínculo interno estrecho ya que su personal investigador suele continuar vinculado a grupos de GENyO, utilizan infraestructuras y servicios científico-técnicos del centro o del PTS y contribuyen a la transferencia de conocimiento y a la reputación institucional. Aunque, por otro lado, actúan en el mercado, buscan financiación, desarrollan productos o servicios, compiten en convocatorias, establecen alianzas industriales y contribuyen al ecosistema de innovación biomédica.

La comunicación con estas entidades debe poner en valor la transferencia de conocimiento, el emprendimiento científico, la innovación biomédica y los casos de éxito derivados de la actividad investigadora del centro.

Actualmente, las spin-offs/startups vinculadas al centro son:

- DestiNA Genomics
 - EVOStem Theranostics
 - LentiStem Biotech
- **Asociaciones de pacientes:** Las asociaciones de pacientes deben considerarse actores híbridos cuando participan de forma directa en proyectos, actividades científicas, procesos de consulta, acciones de participación ciudadana, divulgación, codiseño de investigaciones o iniciativas vinculadas a líneas estratégicas de GENyO.

Desde la dimensión interna o colaborativa, estas asociaciones pueden aportar la perspectiva del paciente, ayudar a identificar necesidades reales, facilitar la difusión social de proyectos, participar en encuentros científicos o contribuir a orientar la investigación hacia problemas de salud prioritarios. Desde la dimensión externa, actúan como entidades autónomas de representación, apoyo, sensibilización y defensa de los intereses de pacientes y familias.

Actualmente, son varios los grupos de investigación de GENyO que colaboran de forma habitual con las siguientes asociaciones de pacientes, entre otras:

- Asociación Sonrisa Elenita
- Asociación Española IRF2BPL
- El Ángel de Javi
- Asociación ROLUCAN
- Asociación de Pacientes 22q Andalucía
- Grupo Girasoles
- AUPA
- El Mundo de Namu
- Aula Leucemia Infantil

La comunicación con estas asociaciones debe ser bidireccional, clara, sensible y basada en la confianza. Debe adaptar el lenguaje científico a formatos comprensibles, ofrecer información rigurosa sobre proyectos y resultados, y garantizar que la participación de los pacientes se realiza de forma ética, respetuosa y útil.

- **Entidades institucionales, empresas, plataformas y agentes del entorno PTS:** Determinadas empresas, plataformas o entidades ubicadas en el entorno del Parque Tecnológico de la Salud pueden tener una naturaleza híbrida cuando mantienen una relación directa con GENyO mediante proyectos, servicios, colaboraciones científicas, transferencia tecnológica, uso de infraestructuras o actividades de innovación.

Desde la dimensión colaborativa, estas entidades pueden participar en proyectos compartidos, validación tecnológica, prestación o recepción de servicios científico-técnicos, desarrollo de soluciones biomédicas o generación de oportunidades de transferencia. Desde la dimensión externa, actúan como empresas, instituciones o plataformas autónomas dentro del ecosistema biosanitario.

Destaca la Fundación PTS Granada forma parte del ecosistema inmediato de GENyO y puede actuar como facilitadora de relaciones institucionales, empresariales, científicas y tecnológicas. Desde la dimensión externa, representa un actor autónomo de promoción, posicionamiento y articulación del ecosistema biosanitario y biotecnológico del PTS.

La comunicación con este público debe reforzar la posición de GENyO como nodo de innovación dentro del PTS, visibilizar colaboraciones estratégicas y facilitar nuevas alianzas entre ciencia, tecnología, empresa y sistema sanitario.

En conjunto, los actores híbridos ocupan una posición estratégica en el Plan de Comunicación Científica de GENyO, ya que conectan la estructura interna del centro con su proyección externa. Su doble condición —como entidades vinculadas a la gobernanza, gestión, investigación, asistencia, transferencia o participación social, y como agentes autónomos dentro del ecosistema científico, sanitario, institucional, empresarial o ciudadano— exige una comunicación diferenciada, coordinada y coherente. La relación con estos públicos debe reforzar la alineación institucional, facilitar la colaboración, visibilizar los resultados compartidos y proyectar a GENyO como un nodo de referencia en investigación biomédica, innovación traslacional y colaboración público-privada dentro del entorno andaluz, nacional e internacional.

2.3. Públicos externos

Los públicos externos son aquellos colectivos, instituciones y sectores que se relacionan con GENyO desde fuera de su estructura interna y que no forman parte de los actores híbridos definidos en el apartado anterior. Su papel es clave para reforzar la visibilidad del centro, ampliar su capacidad de colaboración, consolidar su legitimidad social y proyectar su actividad científica en el entorno biomédico, académico, institucional, empresarial y ciudadano.

La comunicación con estos públicos debe adaptarse a sus intereses, niveles de conocimiento y canales de relación, diferenciando entre mensajes especializados, institucionales, divulgativos, técnicos o de impacto social.

- **Comunidad científica y académica:** La comunidad científica y académica constituye uno de los públicos externos prioritarios para GENyO. Incluye universidades, centros de investigación, institutos biomédicos, redes científicas, sociedades académicas, grupos de investigación nacionales e internacionales, plataformas científicas y personal investigador no adscrito al centro.

En el ámbito local y regional, GENyO se relaciona con instituciones científicas y académicas del entorno de Granada, Andalucía y el Parque Tecnológico de la Salud, como el Instituto de Investigación Biosanitaria de Granada, el Instituto de Parasitología y Biomedicina “López-Neyra” —IPBLN-CSIC—, el Centro de Investigación Biomédica de la Universidad de Granada, la Fundación MEDINA, la Escuela Andaluza de Salud Pública, el Biobanco del Sistema Sanitario Público de Andalucía, el Instituto de Biomedicina de Sevilla —IBiS—, CABIMER, IBIMA-Plataforma BIONAND e IMIBIC.

En el ámbito nacional, GENyO debe reforzar su relación con centros de excelencia, institutos de investigación sanitaria, universidades y redes científicas vinculadas a la biomedicina, la genómica, la oncología, la medicina personalizada, las enfermedades raras y la investigación traslacional. Entre ellos se encuentran el CNIO, el CNIC, el CNB-CSIC, los institutos del CSIC especializados en biomedicina y biotecnología, así como institutos de investigación sanitaria como IdiPAZ, el IIS Gregorio Marañón, imas12, IIS-FJD, IDIBAPS, IDIBELL, IMIM, IDIS y otros centros con capacidad de colaboración en proyectos multicéntricos.

También forman parte de este público las redes y plataformas científicas del Instituto de Salud Carlos III, como CIBERONC, CIBERER, CIBERESP, CIBERBBN, CIBERNED, CIBERDEM, CIBERCV, la Plataforma de Biobancos y Biomodelos, SCRen e ITEMAS.

La comunicación con este público debe centrarse en la excelencia científica, la calidad de las publicaciones, la participación en proyectos competitivos, la generación de conocimiento, la disponibilidad de infraestructuras científico-técnicas, la colaboración interdisciplinar, la atracción de talento y la participación en redes nacionales e internacionales.

- **Administraciones públicas y agencias financiadoras:** Las administraciones públicas y agencias financiadoras constituyen un público externo esencial para GENyO, ya que buena parte de la actividad científica del centro se

desarrolla en el marco de políticas públicas de investigación, salud, innovación, transferencia y desarrollo económico.

Este público incluye organismos estatales, autonómicos y europeos responsables de convocatorias competitivas, financiación de infraestructuras, programas de recursos humanos, proyectos colaborativos, innovación sanitaria y transferencia de conocimiento. Entre ellos se encuentran la Agencia Estatal de Investigación, el Instituto de Salud Carlos III, el CDTI, las estructuras de financiación de la Junta de Andalucía, la Comisión Europea y otros organismos públicos vinculados a programas nacionales e internacionales de I+D+i.

La comunicación con este público debe estar orientada a la rendición de cuentas, la transparencia, la visibilidad de resultados, el retorno de la inversión pública, la contribución a prioridades científicas y sanitarias, la captación de fondos competitivos y el impacto social de la investigación.

GENyO debe trasladar a estas entidades una imagen de solvencia científica, capacidad de gestión, cumplimiento de objetivos, eficiencia en la ejecución de fondos y alineación con las prioridades públicas en biomedicina, oncología, medicina personalizada, innovación y salud.

- **Sistema sanitario y centros asistenciales externos:** Además de los hospitales ya contemplados como actores híbridos por su relación directa o estructural con GENyO, existen otros centros sanitarios, servicios clínicos, institutos de investigación sanitaria y redes asistenciales que pueden actuar como públicos externos estratégicos.

Este público incluye hospitales, unidades clínicas, servicios de oncología, hematología, genética, anatomía patológica, medicina interna, pediatría, neurología, enfermedades raras, laboratorios hospitalarios, biobancos y estructuras asistenciales interesadas en la investigación traslacional.

La comunicación con este público debe facilitar la conexión entre investigación básica, investigación clínica y práctica asistencial. Debe destacar la capacidad de GENyO para contribuir al desarrollo de biomarcadores, herramientas diagnósticas, medicina personalizada, estudios multicéntricos, validación de resultados, investigación con muestras biológicas y generación de conocimiento con potencial aplicación clínica.

El objetivo comunicativo es reforzar la percepción de GENyO como socio científico fiable para proyectos traslacionales y colaboraciones entre laboratorio y hospital.

- **Sector industrial y empresarial:** El sector industrial y empresarial comprende empresas farmacéuticas, biotecnológicas, tecnológicas, de diagnóstico, salud

digital, equipamiento científico, medicina personalizada, inteligencia artificial aplicada a la salud y desarrollo de soluciones biomédicas.

En este grupo se incluyen grandes compañías biofarmacéuticas y de diagnóstico, como Novartis, Roche, AstraZeneca, Johnson & Johnson, Illumina o Qiagen, así como pymes innovadoras, empresas tecnológicas, biotechs, compañías de servicios científicos y socios industriales con interés en investigación preclínica, validación tecnológica, ensayos, transferencia o desarrollo conjunto de soluciones.

También forman parte de este público las asociaciones empresariales y plataformas sectoriales, como ASEBIO, Farmaindustria, BIO Spain, AseBio Investor Day, clústeres autonómicos de biotecnología y salud, y redes de innovación vinculadas a la industria biomédica.

La comunicación con este público debe presentar a GENyO como un socio científico y tecnológico de alto valor, con capacidades en genómica, oncología, biología molecular, bioinformática, citometría, microscopía, cultivos celulares, transferencia de conocimiento y colaboración público-privada.

El mensaje principal debe centrarse en la capacidad del centro para generar conocimiento aplicable, participar en proyectos colaborativos, aportar infraestructuras especializadas, conectar con talento investigador y contribuir a soluciones biomédicas con potencial impacto clínico, social o de mercado.

- **Entidades internacionales:** Las entidades internacionales constituyen un público externo clave para reforzar el posicionamiento de GENyO en el Espacio Europeo de Investigación y en redes globales de biomedicina.

Este público incluye instituciones europeas, organismos multilaterales, redes científicas internacionales, fundaciones filantrópicas, universidades extranjeras, centros de investigación internacionales, entidades financiadoras, consorcios europeos y plataformas de innovación en salud.

Entre los principales marcos de relación se encuentran Horizon Europe, ERC, MSCA, EIC, European Research Infrastructures, la Misión Cáncer, EIT Health, Innovative Health Initiative, Joint Undertakings, redes europeas de investigación, programas de movilidad, ciencia abierta, igualdad de género, innovación responsable y participación ciudadana.

También pueden considerarse dentro de este grupo organismos como la Organización Mundial de la Salud, la OCDE y fundaciones internacionales con capacidad de financiación o influencia en investigación biomédica, como Wellcome, Gates Foundation o HHMI.

La comunicación con este público debe reforzar la imagen de GENyO como centro competitivo, internacionalizable, alineado con las prioridades europeas y capaz de integrarse en consorcios de alto impacto. Debe destacar la excelencia científica, la experiencia en proyectos colaborativos, las capacidades técnicas, la producción científica, la orientación traslacional y el compromiso con los principios de ciencia abierta, igualdad, responsabilidad e impacto social.

- **Sociedad y ciudadanía:** La sociedad y la ciudadanía representan un público externo transversal para GENyO. Incluyen a la población general, familias, personas interesadas en ciencia y salud, ciudadanía del entorno local y regional, visitantes del centro, participantes en actividades divulgativas y usuarios de canales digitales.

La comunicación con este público debe traducir el conocimiento científico a un lenguaje claro, cercano y comprensible, explicando qué investiga GENyO, por qué es importante, cómo se financia la investigación y qué impacto puede tener en la salud, la calidad de vida y el avance del conocimiento.

El objetivo no es solo informar, sino generar confianza, legitimidad social y cultura científica. Para ello, deben utilizarse formatos accesibles como noticias divulgativas, vídeos breves, infografías, entrevistas, testimonios, podcasts, jornadas de puertas abiertas, actividades en Semana de la Ciencia, Noche Europea de los Investigadores, charlas divulgativas y contenidos adaptados a redes sociales.

La ciudadanía demanda transparencia, rigor y utilidad social. Por tanto, GENyO debe comunicar tanto los resultados como los procesos de investigación, explicando que la ciencia es progresiva, colaborativa y sometida a evaluación, evitando mensajes triunfalistas o excesivamente técnicos.

Los centros educativos y las nuevas generaciones conforman un público muy importante en el fomento de vocaciones científicas y en la construcción de una cultura científica a largo plazo.

Se incluyen colegios, institutos, centros de Formación Profesional, estudiantes de bachillerato, alumnado universitario no vinculado directamente a GENyO, profesorado, orientadores educativos y programas de divulgación científica dirigidos a jóvenes.

La comunicación debe ser inspiradora, didáctica y adaptada a la edad y nivel formativo. Debe mostrar la ciencia como una actividad cercana, útil, colaborativa y con impacto real en la sociedad. También debe visibilizar la diversidad de perfiles profesionales que existen en un centro de investigación: personal investigador, técnico, gestor, comunicador, informático, administrativo y de apoyo.

GENyO puede dirigirse a este público mediante talleres, visitas guiadas, charlas, actividades prácticas, encuentros con personal investigador joven, materiales educativos, campañas en redes sociales y participación en eventos de divulgación.

- **Líderes de opinión y divulgadores científicos:** Los líderes de opinión, divulgadores científicos, comunicadores en salud, periodistas especializados, creadores de contenido, profesionales sanitarios con capacidad de prescripción pública y agentes sociales influyentes constituyen un público externo relevante para amplificar los mensajes de GENyO.

Este grupo puede ayudar a acercar la investigación biomédica a audiencias más amplias, traducir conceptos complejos, reforzar la confianza social en la ciencia y aumentar el alcance de campañas, eventos o noticias científicas.

La comunicación con este público debe basarse en la calidad de la información, la transparencia, la disponibilidad de fuentes expertas y la generación de contenidos rigurosos y comprensibles. Es importante facilitarles materiales fiables, evitar mensajes sobredimensionados y promover una relación basada en el rigor científico.

- **Entidades financiadoras privadas, fundaciones y mecenazgo:** Las entidades financiadoras privadas, fundaciones y agentes de mecenazgo constituyen un público externo estratégico para diversificar las fuentes de financiación y reforzar el impacto social de la investigación.

Este grupo incluye fundaciones científicas, fundaciones de salud, entidades filantrópicas, organizaciones privadas con programas de investigación, convocatorias competitivas no públicas y empresas o instituciones interesadas en apoyar proyectos biomédicos.

Entre las entidades que pueden formar parte de este ecosistema se encuentran Fundación Ramón Areces, Fundación "la Caixa", Asociación Española Contra el Cáncer y otras fundaciones nacionales o internacionales vinculadas a investigación, salud, cáncer, enfermedades raras, innovación o transferencia.

La comunicación con este público debe centrarse en el impacto, la solvencia científica, la claridad de objetivos, la transparencia en la gestión de fondos, la capacidad de generar resultados y el retorno social de la inversión en investigación.

En conjunto, los públicos externos permiten a GENyO proyectar su actividad más allá de su estructura interna y fortalecer su posición como centro de referencia en investigación biomédica, genómica y oncológica. La relación con estos públicos debe combinar excelencia científica, claridad divulgativa, transparencia institucional y

orientación al impacto social. Una comunicación externa bien segmentada permitirá aumentar la visibilidad del centro, ampliar sus oportunidades de colaboración, reforzar la confianza ciudadana y consolidar su papel dentro del ecosistema científico, sanitario, empresarial e institucional a escala local, regional, nacional e internacional.

3. Objetivos

Este plan busca responder de forma diferenciada a las necesidades de sus públicos internos, actores híbridos y públicos externos, garantizando que cada grupo reciba mensajes adaptados a su papel, intereses y nivel de vinculación con el centro. Esta segmentación permite alinear la comunicación con la estrategia institucional, reforzar la cohesión interna, consolidar las relaciones con los actores clave del ecosistema y proyectar la actividad científica de GENyO hacia la sociedad.

3.1. Objetivo general

Consolidar una marca institucional sólida, coherente y reconocible, capaz de reforzar la cohesión interna, ordenar la relación con los actores híbridos, amplificar el impacto científico y social de GENyO y potenciar su proyección local, regional, nacional e internacional como centro de referencia en investigación biomédica, genómica y oncológica.

3.2. Objetivos específicos

Objetivo específico 1. Fortalecer la comunicación interna, la participación, la alineación estratégica.

Mejorar la comunicación con los públicos internos de GENyO (órganos de gobierno, órganos consultivos, personal investigador, personal técnico, unidades de apoyo a la investigación, unidades de gestión y proveedores), facilitando el acceso a información clara, útil y actualizada sobre la estrategia del centro, los acuerdos relevantes, los proyectos, los resultados científicos, las oportunidades, los procedimientos internos y las actividades institucionales.

Este objetivo busca reforzar la cohesión interna, el sentido de pertenencia, la transparencia organizativa, la participación y la coordinación entre las distintas estructuras que intervienen en el funcionamiento diario del centro.

Objetivo específico 2. Reforzar la comunicación con los actores híbridos.

Establecer una comunicación específica, coordinada y coherente con los actores híbridos vinculados a GENyO, atendiendo a su doble papel como entidades relacionadas con la gobernanza, gestión, financiación, actividad científica, actividad asistencial, transferencia o participación social, y como agentes autónomos dentro del ecosistema externo.

Este objetivo incluye la relación con actores como la Universidad de Granada, las Consejerías de la Junta de Andalucía, el Servicio Andaluz de Salud, Pfizer, FIBAO,

FPS, hospitales colaboradores, Fundación PTS Granada, spin-offs, startups y asociaciones de pacientes integradas en proyectos.

La comunicación con estos públicos debe facilitar la coordinación institucional, la rendición de cuentas, la visibilidad compartida, la identificación de oportunidades de colaboración y el refuerzo de la reputación de GENyO como nodo estratégico de investigación biomédica e innovación traslacional.

Objetivo específico 3. Posicionar a GENyO como referente científico y académico.

Reforzar la visibilidad de GENyO ante la comunidad científica y académica local, regional, nacional e internacional mediante la difusión de sus capacidades científicas, líneas de investigación, participación en congresos y jornadas, publicaciones, proyectos competitivos, infraestructuras, unidades de apoyo, colaboraciones, seminarios, y resultados de investigación.

Este objetivo pretende consolidar la imagen de GENyO como centro de referencia en investigación traslacional, genómica, oncología, medicina personalizada y biomedicina, favoreciendo la atracción de talento, la participación en redes científicas y la generación de nuevas colaboraciones.

Objetivo específico 4. Reforzar las relaciones institucionales, públicas y financiadoras

Consolidar una comunicación fluida, rigurosa y transparente con administraciones públicas, agencias financiadoras, organismos de I+D+i, entidades públicas sanitarias, fundaciones financiadoras y estructuras nacionales o europeas de apoyo a la investigación.

Este objetivo debe facilitar la rendición de cuentas, la comunicación de indicadores estratégicos, la visibilidad del impacto científico y social, la captación de financiación competitiva, la justificación del retorno de la inversión pública y la alineación de GENyO con las prioridades de investigación, salud, innovación y transferencia.

Objetivo específico 5. Promover colaboraciones con el sector industrial, empresarial y de innovación

Impulsar la comunicación con empresas farmacéuticas, biotecnológicas, tecnológicas, de diagnóstico, salud digital, equipamiento científico, plataformas sectoriales, asociaciones empresariales, clústeres de biotecnología y entidades interesadas en investigación colaborativa, transferencia o innovación biomédica.

Este objetivo busca presentar a GENyO como un socio científico-tecnológico fiable, con capacidades avanzadas en genómica, biología molecular, bioinformática,

citometría, microscopía, cultivos celulares, transferencia de conocimiento e investigación traslacional, favoreciendo la generación de contratos, proyectos conjuntos, alianzas público-privadas y oportunidades de valorización.

Objetivo específico 6. Divulgar la ciencia y reforzar la confianza social

Comunicar la actividad científica de GENyO a la sociedad, medios de comunicación, ciudadanía, centros educativos, juventud, asociaciones de pacientes, ONG de salud, divulgadores y líderes de opinión mediante mensajes claros, rigurosos, accesibles y atractivos.

Este objetivo busca fomentar la cultura científica, explicar el impacto de la investigación biomédica en la salud y la calidad de vida, visibilizar el valor social de la ciencia, promover vocaciones científicas, evitar falsas expectativas y reforzar la percepción de GENyO como un centro cercano, transparente, responsable y comprometido con la sociedad.

En la siguiente página (tabla 2) se presenta la relación entre los públicos y grupos de interés y los objetivos del Plan de Comunicación Científica desarrollados en el punto 2. Esta correspondencia permite visualizar de forma clara cómo cada objetivo se orienta a un público específico, esta vinculación es clave para garantizar que las acciones comunicativas sean pertinentes, efectivas y coherentes con la estrategia global del centro, optimizando así el impacto de las iniciativas en los diferentes ámbitos de interés.

Público objetivo	Objetivo de comunicación
Objetivo general (aplicable a todos los públicos)	Consolidar una marca institucional sólida, coherente y reconocible, capaz de reforzar la cohesión interna, ordenar la relación con los actores híbridos, amplificar el impacto científico y social de GENyO y potenciar su proyección local, regional, nacional e internacional.
Públicos Internos.	OE1. Fortalecer la comunicación interna, la participación y la alineación estratégica, fomentando la cohesión, el sentido de pertenencia, la transparencia organizativa y el acceso a información relevante sobre estrategia, proyectos, resultados, procedimientos, oportunidades y actividades del centro.
Actores híbridos (Partners, patronos, entidades gestoras y colaboradores estratégicos.)	OE2. Ordenar y reforzar la comunicación con los actores híbridos mediante una relación coordinada, transparente y coherente que combine rendición de cuentas, visibilidad compartida, alineación

Público objetivo	Objetivo de comunicación
	institucional y generación de oportunidades de colaboración.
Comunidad científica y académica	OE3. Posicionar a GENyO como referente científico y académico en investigación traslacional, genómica, oncología, medicina personalizada y biomedicina, difundiendo sus capacidades, resultados, proyectos, publicaciones, infraestructuras y colaboraciones.
Administraciones públicas, agencias financiadoras, entidades públicas sanitarias y agentes financiadores	OE4. Reforzar las relaciones institucionales, públicas y financiadoras mediante una comunicación rigurosa sobre avances, impacto, indicadores estratégicos, ejecución de proyectos, retorno social y alineación con prioridades públicas de investigación, salud e innovación.
Sector industrial, empresarial y de innovación	OE5. Promover colaboraciones, contratos, proyectos conjuntos, transferencia de conocimiento y alianzas público-privadas, presentando a GENyO como socio científico-tecnológico fiable y competitivo.
Sociedad, ciudadanía, medios de comunicación, centros educativos, juventud, asociaciones de pacientes, ONG de salud, divulgadores y líderes de opinión	OE6. Divulgar la ciencia de forma clara, rigurosa y atractiva, fomentando la cultura científica, la confianza social en la investigación biomédica, el compromiso con la salud y la percepción de GENyO como centro cercano, transparente y responsable.

Tabla 2. Vinculación de públicos y grupos de interés con los objetivos del plan.

4. Estrategias

Las estrategias se alinean con los objetivos definidos en el apartado 3 y están orientadas a la ejecución de las acciones previstas en el *Plan Estratégico 2024–2027*. Su finalidad es transformar los objetivos generales y específicos en líneas de actuación comunicativa coherentes, medibles y adaptadas a cada grupo de interés.

Estas estrategias deben permitir reforzar la identidad institucional de GENyO, mejorar la coordinación interna, ordenar la relación con los actores híbridos, consolidar la proyección científica del centro, facilitar la captación de colaboraciones y financiación, y acercar la investigación biomédica a la sociedad. Estas son:

Estrategia 1. Implantar canales internos estables, segmentados y centralizados.

Desarrollar canales y herramientas internas que faciliten la circulación de información entre los órganos de gobierno, órganos consultivos, grupos de investigación, unidades de apoyo, unidades de gestión y proveedores críticos.

Esta estrategia debe permitir que cada público interno reciba información adaptada a sus funciones: acuerdos relevantes, convocatorias, procedimientos, actividades científicas, oportunidades de financiación, resultados, seminarios, cambios organizativos, necesidades operativas e información institucional.

La comunicación interna deberá evitar la dispersión de mensajes, mejorar la coordinación entre unidades y reforzar la transparencia, la participación y el sentido de pertenencia.

Estrategia 2. Establecer una comunicación específica con órganos de gobierno y órganos consultivos.

Diseñar una línea de comunicación periódica, rigurosa y documentada dirigida a los órganos de gobierno y consultivos de GENyO: Consejo Rector, Comisión Delegada, Junta de Centro, Dirección, Subdirección, Gerencia, Comité Científico Externo y Claustro de Centro.

Esta estrategia debe establecer un sistema de comunicación periódica con los órganos de gobierno y consultivos del centro, basado en indicadores de impacto, hitos estratégicos y actividades relevantes, que facilite la toma de decisiones, la evaluación, el asesoramiento científico y la participación interna.

La información deberá incluir avances científicos, evolución de proyectos, captación de fondos, resultados de las unidades, indicadores de producción científica, actividad divulgativa, transferencia, alianzas estratégicas y necesidades organizativas.

Estrategia 3. Construir una narrativa científica continua sobre GENyO.

Integrar la comunicación de publicaciones, proyectos, eventos científicos, seminarios, colaboraciones, tesis, premios, captación de fondos, nuevas tecnologías, resultados de investigación y actividades de transferencia dentro de una narrativa institucional común. Esta estrategia debe reforzar el posicionamiento de GENyO como centro de referencia en investigación biomédica, genómica, oncológica, medicina personalizada e investigación traslacional.

La narrativa debe conectar los resultados individuales de grupos e investigadores con una imagen global de centro, evitando comunicaciones aisladas o fragmentadas y mostrando cómo cada avance contribuye a los objetivos científicos e institucionales de GENyO.

Estrategia 4. Diseñar materiales específicos para el sector industrial, empresarial y de innovación que muestren capacidades tecnológicas, servicios y casos de éxito de transferencia.

Elaborar materiales y acciones dirigidas a empresas farmacéuticas, biotecnológicas, tecnológicas, de diagnóstico, salud digital, equipamiento científico, asociaciones empresariales, clústeres y plataformas de apoyo a la investigación.

Estos materiales deberán mostrar las capacidades de GENyO en investigación traslacional, genómica, biología molecular, bioinformática, citometría, microscopía, cultivos celulares, servicios científico-técnicos, transferencia de conocimiento, colaboración público-privada y desarrollo de proyectos conjuntos.

La estrategia debe contribuir a generar oportunidades de colaboración, contratos, proyectos compartidos, valorización de resultados, alianzas con empresas y participación en iniciativas de innovación biomédica.

Estrategia 5. Reforzar la comunicación con agentes públicos y entidades financiadoras.

Mantener una comunicación proactiva, transparente y alineada con los requisitos de difusión, justificación e impacto de los proyectos financiados.

Esta estrategia debe dirigirse a administraciones públicas, agencias financiadoras, organismos de I+D+i, entidades públicas sanitarias, fundaciones financiadoras y programas nacionales o europeos de apoyo a la investigación.

La comunicación deberá presentar de forma clara los avances, resultados, indicadores, retorno social, impacto científico, ejecución de fondos, contribución a prioridades públicas y alineamiento con políticas de investigación, salud, innovación y transferencia.

Estrategia 6. Potenciar la divulgación científica en formatos accesibles y orientados al impacto social.

Desarrollar contenidos divulgativos que acerquen la investigación de GENyO a la ciudadanía, medios de comunicación, centros educativos, juventud, asociaciones de pacientes, ONG de salud, divulgadores y líderes de opinión.

Esta estrategia debe utilizar formatos claros, visuales y atractivos, como noticias divulgativas, entrevistas, infografías, vídeos breves, testimonios, podcasts, reportajes, jornadas de puertas abiertas, actividades educativas y publicaciones en redes sociales.

Los mensajes deben explicar qué investiga GENyO, por qué es importante, cómo se financia la ciencia, qué impacto puede tener en la salud y por qué la investigación biomédica requiere tiempo, colaboración y rigor.

Estrategia 7. Unificar la identidad visual y verbal de GENyO en todos los canales y formatos, reforzando la coherencia y el reconocimiento institucional.

Garantizar una identidad institucional coherente en todos los canales, documentos, presentaciones, notas de prensa, redes sociales, boletines, cartelería, vídeos, materiales divulgativos, informes, memorias y eventos.

Esta estrategia debe reforzar el reconocimiento de GENyO, mejorar la profesionalización de su comunicación y asegurar que todos los mensajes mantengan una misma línea visual, verbal y narrativa.

La unificación debe aplicarse tanto a la comunicación interna como a la externa, incluyendo también materiales compartidos con actores híbridos, socios institucionales, medios, empresas y ciudadanía.

Estrategia 8. Planificar un programa anual de eventos científicos, institucionales y divulgativos integrado en la estrategia global de comunicación del centro.

Este programa debe incluir seminarios científicos, jornadas institucionales, actividades de divulgación, visitas, encuentros con centros educativos, participación en Semana de la Ciencia, Noche Europea de los Investigadores, Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia, jornadas con pacientes, presentaciones de resultados, reuniones con empresas y actividades con socios institucionales.

Cada evento deberá contar con una planificación comunicativa previa, cobertura durante su desarrollo y difusión posterior, incorporando web, redes sociales, boletines, medios de comunicación, material gráfico y contenidos audiovisuales cuando proceda.

Estrategia 9. Planificar y ejecutar un calendario anual de comunicación multicanal.

Diseñar un calendario anual que permita ordenar la comunicación de GENyO a lo largo del año, evitando improvisación, duplicidades o pérdida de oportunidades comunicativas.

Este calendario deberá incluir publicaciones en redes sociales, notas de prensa, boletines internos y externos, actualizaciones web, vídeos institucionales, campañas temáticas, efemérides científicas, convocatorias, eventos, publicaciones relevantes, entrevistas, contenidos divulgativos y acciones dirigidas a públicos específicos.

La planificación deberá coordinarse con los grupos de investigación, unidades de apoyo, unidades de gestión, órganos de gobierno, actores híbridos y socios externos para asegurar una difusión continua, coherente y alineada con los objetivos del plan.

A continuación, se presenta la correspondencia entre los objetivos del Plan de Comunicación Científica y las estrategias propuestas en este apartado (tabla 3).

Objetivos	Estrategias vinculadas
OG. Consolidar una marca institucional sólida, coherente y reconocible	E3. Construir una narrativa científica continua sobre GENyO. E7. Unificar la identidad visual y verbal de GENyO en todos los canales y formatos. E8. Planificar un programa anual de eventos científicos, institucionales y divulgativos. E9. Planificar y ejecutar un calendario anual de comunicación multicanal.
OE1. Fortalecer la comunicación interna, la participación y la alineación estratégica	E1. Implantar canales internos estables, segmentados y centralizados. E2. Establecer una comunicación específica con órganos de gobierno y órganos consultivos. E9. Planificar y ejecutar un calendario anual de comunicación multicanal.
OE2. Ordenar y reforzar la comunicación con los actores híbridos	E2. Establecer una comunicación específica con órganos de gobierno y órganos consultivos, cuando exista relación directa con la gobernanza. E5. Reforzar la comunicación con agentes públicos y entidades financiadoras. E7. Unificar la identidad visual y verbal de GENyO. E9. Planificar y ejecutar un calendario anual de comunicación multicanal.
OE3. Posicionar a GENyO como referente científico y académico	E3. Construir una narrativa científica continua sobre GENyO. E8. Planificar un programa anual de eventos científicos, institucionales y divulgativos.

	E9. Planificar y ejecutar un calendario anual de comunicación multicanal.
OE4. Reforzar las relaciones institucionales, públicas y financiadoras	E5. Reforzar la comunicación con agentes públicos y entidades financiadoras. E3. Construir una narrativa científica continua sobre GENyO. E7. Unificar la identidad visual y verbal de GENyO.
OE5. Promover colaboraciones con el sector industrial, empresarial y de innovación	E4. Diseñar materiales específicos para el sector industrial, empresarial y de innovación. E3. Construir una narrativa científica continua sobre GENyO. E8. Planificar un programa anual de eventos científicos, institucionales y divulgativos.
OE6. Divulgar la ciencia y reforzar la confianza social	E6. Potenciar la divulgación científica en formatos accesibles y orientados al impacto social. E8. Planificar un programa anual de eventos científicos, institucionales y divulgativos. E9. Planificar y ejecutar un calendario anual de comunicación multicanal.

Tabla 3. Vinculación de los objetivos específicos con las estrategias del plan.

5. Tácticas

A continuación, se enumeran las tácticas enmarcadas dentro de cada estrategia del Plan de Comunicación Científica de GENyO, junto con los indicadores de seguimiento correspondientes.

E1. Implantar canales internos estables, segmentados y centralizados

Táctica 1.1. Organizar reuniones periódicas de coordinación interna entre el personal de estructura.

Establecer reuniones periódicas entre las Unidades de Gestión, las Unidades de Apoyo a la Investigación y Gerencia para alinear prioridades, compartir avances, detectar necesidades y coordinar acciones internas. Estas reuniones irán en concordancia con las que ya se realizaban entre las Unidades de Apoyo a la Investigación, la Junta de Centro, así como entre el resto de Comisión Delegada o Consejo Rector, entre otros órganos de gobierno.

Indicador de seguimiento — KPI: N° de reuniones celebradas.

Táctica 1.2. Crear boletines internos informativos para el centro

Crear boletines internos dirigidos al personal de GENyO, diferenciando entre contenidos de noticias, eventos, convocatorias, seminarios, actividades institucionales, oportunidades de formación y avisos relevantes. Estos boletines permitirán ordenar la comunicación interna, evitar la dispersión de correos y garantizar que el personal investigador, técnico, de gestión, órganos internos y unidades del centro reciban información clara, periódica y adaptada a sus necesidades.

Podrán estructurarse en distintas líneas de envío, como boletín interno de noticias del centro, boletín interno de eventos y seminarios, boletín interno de convocatorias, formación y oportunidades, y comunicaciones extraordinarias para avisos institucionales o urgentes.

Indicador de seguimiento — KPI: N° de boletines enviados / Tasa de apertura (%) / Tasa de clics (%)

Táctica 1.3. Crear circuitos internos para la recogida de información científica y comunicativa

Establecer grupos colaborativos en SharePoint o Teams, plataformas incluidas con el nuevo paquete de Microsoft 365. Gracias a esto, grupos de investigación, unidades de apoyo y unidades de gestión podrán mantener una comunicación fluida para cuestiones vinculadas a la actividad científica, técnica o comunicativa del centro con la Unidad de Comunicación y Divulgación Científica del centro.

De esta manera se establecerá un grupo mediante el que el personal del centro podrá comunicar mediante un canal unificado su participación en congresos, foros, actividades o redes y, de esta manera, facilitar la correspondiente divulgación.

Indicador de seguimiento — KPI: N° de grupos activos

Táctica 1.4. Crear un Comité de Comunicación

Crear un Comité de Comunicación de GENyO, designado por la Junta de Centro, que estará constituido por dirección o subdirección, gerencia, al menos dos investigadores principales y el técnico de la Unidad de Comunicación Científica.

Este comité tendrá como función coordinar la planificación, ejecución y seguimiento de las acciones de comunicación científica del centro, asegurando la coherencia entre la estrategia institucional, los canales digitales, la comunicación interna, la comunicación externa y las necesidades operativas del centro.

Entre sus funciones estarán:

- Priorizar acciones comunicativas.
- Coordinar el calendario editorial.
- Supervisar campañas institucionales.
- Alinear la comunicación interna y externa.
- Validar criterios generales de identidad y tono.
- Coordinar la actualización de la web y los canales digitales.
- Evaluar periódicamente los indicadores del plan.

Indicador de seguimiento — KPI: Fecha de constitución

Táctica 1.5. Nombramiento de un Delegado de Comunicación por grupo

Se designará un Delegado de Comunicación por grupo que será elegido por el Investigador Principal correspondiente. Este delegado tendrá la función de establecer comunicación directa con la Unidad de Comunicación y Divulgación del centro, proveer de materiales e información a la unidad con el objetivo de mejorar la comunicación entre estructura y personal investigador.

Indicador de seguimiento — KPI: Fecha de nombramiento

E2. Establecer una comunicación específica con órganos de gobierno y órganos consultivos

Táctica 2.1. Elaborar informes anuales para órganos de gobierno

Preparar informes anuales dirigidos al Consejo Rector, Comisión Delegada y Junta de Centro con indicadores clave, hitos estratégicos, resultados científicos, actividad comunicativa, impacto social, transferencia, eventos relevantes y evolución de las acciones del plan para presentar en las reuniones con los órganos de gobierno.

Indicador de seguimiento — KPI: N° de informes enviados

Táctica 2.2. Elaborar documentación específica para órganos consultivos

Preparar materiales claros y sistematizados para el Comité Científico Externo y el Claustro de Centro, Consejo Rector incluyendo información sobre producción científica, grupos de investigación, unidades de apoyo, necesidades internas, actividades de divulgación, transferencia, colaboraciones y resultados estratégicos.

Indicador de seguimiento — KPI: N° de informes enviados

E3. Construir una narrativa científica continua sobre GENyO

Táctica 3.1. Difundir publicaciones científicas relevantes

Comunicar de forma regular publicaciones destacadas de los grupos de investigación, priorizando aquellas con mayor impacto científico, colaboración internacional, relevancia traslacional o conexión con retos sociales y sanitarios, mediante la elaboración de notas de prensa, publicaciones en redes sociales o envíos de boletines.

Indicador de seguimiento — KPI: N° de publicaciones difundidas

Táctica 3.2. Difundir la participación de personal investigador en congresos, foros y redes científicas

Realizar publicaciones en redes sociales, web y boletines sobre la participación de investigadores de GENyO en congresos, jornadas, redes nacionales e internacionales, comités científicos, seminarios y encuentros especializados, difundiendo esta actividad a través de la web, redes sociales y boletines.

Indicador de seguimiento — KPI: N° de publicaciones realizadas

Táctica 3.3. Difundir eventos científicos organizados o participados por GENyO

Comunicar de manera planificada los seminarios, jornadas, reuniones científicas, workshops, congresos, conferencias y actividades organizadas o participadas por el centro antes y después del evento.

Indicador de seguimiento — KPI: N° de eventos difundidos

Táctica 3.4. Realizar campañas temáticas vinculadas a hitos científicos y fechas clave

Diseñar campañas vinculadas a fechas de interés científico y sanitario, como el Día Mundial contra el Cáncer, Día del ADN, Día de las Enfermedades Raras, Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia, Semana de la Ciencia o Noche Europea de los Investigadores, entre otros.

Indicador de seguimiento — KPI: Nº de campañas realizadas

Táctica 3.5. Visibilizar tesis, premios, reconocimientos y captación de fondos

Difundir defensas de tesis, premios, reconocimientos, proyectos concedidos, ayudas competitivas, contratos relevantes, estancias internacionales y otros logros que refuercen la narrativa institucional del centro.

Indicador de seguimiento — KPI: Nº de logros difundidos

E4. Diseñar materiales específicos para el sector industrial, empresarial y de innovación

Táctica 4.1. Crear un dossier de servicios científicos y tecnológicos de GENyO

Diseñar un catálogo actualizado de servicios, equipamiento, técnicas disponibles y capacidades de las Unidades de Genómica, Microscopía, Citometría, Cultivos, Bioinformática y Servicios Generales.

Indicador de seguimiento — KPI: Fecha de publicación

Táctica 4.2. Organizar demos, seminarios empresariales y encuentros con empresas

Promover actividades con empresas, plataformas tecnológicas, clústeres, asociaciones sectoriales y socios industriales para presentar capacidades, servicios y oportunidades de colaboración.

Indicador de seguimiento — KPI: Nº de eventos realizados

Táctica 4.3. Publicar casos de éxito de transferencia y colaboración

Difundir en web, LinkedIn y materiales institucionales casos de éxito vinculados a transferencia de conocimiento, uso de servicios científico-técnicos, colaboraciones público-privadas, proyectos con spin-offs o resultados con potencial aplicación.

Indicador de seguimiento — KPI: Nº de casos publicados

E5. Reforzar la comunicación con agentes públicos y entidades financiadoras

Táctica 5.1. Actualizar cada seis meses la información de la página web del centro

Realizar una revisión semestral de los contenidos de la web institucional, incluyendo información sobre grupos de investigación, personal, líneas científicas, proyectos, unidades de apoyo, equipamiento, publicaciones, materiales institucionales, etc. Así como proyectos nacionales, internacionales, europeos, convocatorias competitivas o colaboraciones relevantes.

Esta actualización permitirá mantener una imagen pública rigurosa, actualizada y coherente con la actividad real del centro.

Indicador de seguimiento — KPI: N° de revisiones semestrales realizadas

Táctica 5.2. Garantizar la correcta visibilidad de entidades financiadoras

Preparar comunicaciones sobre el avance, resultados e impacto de proyectos financiados, especialmente aquellos vinculados a convocatorias competitivas nacionales, autonómicas, europeas o internacionales.

Incluir menciones, logotipos, códigos de proyecto y textos obligatorios de financiación en todos los materiales de difusión relacionados con proyectos financiados. Esta táctica se realizará con la ayuda de la Unidad de Gestión de Proyectos.

Indicador de seguimiento — KPI: N° de comunicaciones

E6. Potenciar la divulgación científica en formatos accesibles y orientados al impacto social

Táctica 6.1. Producir piezas divulgativas

Crear vídeos breves, animaciones, infografías y piezas visuales que expliquen líneas de investigación, resultados, aplicaciones potenciales, perfiles profesionales y funcionamiento de la investigación biomédica en redes sociales.

Indicador de seguimiento — KPI: N° de piezas producidas

Táctica 6.2. Colaborar con divulgadores de referencia y líderes de opinión

Comenzar a impulsar colaboraciones en la medida de lo posible con medios de comunicación, periodistas especializados, divulgadores científicos, comunicadores en salud y líderes de opinión para ampliar el alcance social de la investigación de GENyO.

Indicador de seguimiento — KPI: N° de eventos/ colaboraciones realizadas

Táctica 6.3. Organizar charlas y visitas divulgativas para centros educativos, asociaciones y ciudadanía

Realizar charlas y visitas adaptadas a centros educativos, asociaciones de pacientes, ciudadanía y otros colectivos interesados, utilizando un lenguaje claro y orientado al impacto social.

Indicador de seguimiento — KPI: N° de visitas/ charlas impartidas

Táctica 6.5. Desarrollar contenidos específicos para pacientes y ciudadanía

Elaborar eventos y contenidos comprensibles sobre investigación biomédica, cáncer, enfermedades raras, medicina personalizada, genómica y transferencia, evitando tecnicismos y falsas expectativas en canales digitales.

Indicador de seguimiento — KPI: N° de eventos/ contenidos elaborados

Táctica 6.6. Crear boletines externos de noticias y eventos del centro

Crear boletines externos dirigidos a comunidad científica, instituciones, entidades colaboradoras, sector empresarial, asociaciones de pacientes, medios de comunicación y ciudadanía interesada. Estos boletines podrán diferenciarse entre noticias científicas, eventos, actividades divulgativas, convocatorias, entrevistas, proyectos destacados y resultados de investigación.

El objetivo es mantener una comunicación periódica con los públicos externos, reforzar la visibilidad del centro y facilitar que los avances, actividades y oportunidades de GENyO lleguen a audiencias no internas de forma clara y ordenada.

Indicador de seguimiento — KPI: N° de boletines externos enviados

E7. Unificar la identidad visual y verbal de GENyO

Táctica 7.1. Coordinar la comunicación del centro con el Manual de buenas prácticas de comunicación de Granada Salud

Coordinar la comunicación institucional y científica de GENyO con las recomendaciones recogidas en el Manual de buenas prácticas de comunicación de Granada Salud, especialmente en aquellas acciones relacionadas con noticias, eventos, redes sociales, campañas conjuntas, visibilidad del ecosistema Granada Salud y difusión de actividades vinculadas a las ciencias de la vida, la tecnología, la innovación y la empresa.

Esta coordinación permitirá reforzar la presencia de GENyO dentro del ecosistema Granada Salud, mejorar la difusión de noticias y eventos del centro, favorecer la redifusión por parte de entidades colaboradoras y asegurar una mayor coherencia en el uso de hashtags, menciones, etiquetas, palabras clave y materiales compartidos.

De acuerdo con el manual, GENyO podrá remitir noticias de interés a Granada Salud, compartir eventos con al menos dos o tres semanas de antelación, utilizar los hashtags #GranadaSalud y #SomosGranadaSalud en publicaciones vinculadas al ecosistema, mencionar los perfiles de Granada Salud cuando proceda y sumarse a campañas sobre efemérides y fechas relacionadas con el ámbito de la salud.

Indicador de seguimiento — KPI: N° de contenidos redifundidos por Granada Salud

Táctica 7.2. Aplicar criterios comunes de identidad corporativa institucional

Garantizar que todos los materiales de comunicación de GENyO sigan criterios homogéneos de identidad visual, tono, denominación del centro, uso de logotipos, colores, tipografías, lenguaje institucional y mención de entidades vinculadas. Así como la creación de plantillas para presentaciones, pósteres, comunicados, notas de prensa, cartelería, redes sociales, informes, memorias, boletines y materiales divulgativos.

Indicador de seguimiento — KPI: N° de materiales realizados.

Táctica 7.3. Crear un banco audiovisual institucional actualizado

Generar y mantener un repositorio de recursos gráficos y audiovisuales del centro, incluyendo fotografías de instalaciones, laboratorios, unidades de apoyo, personal investigador, actividades, eventos, equipamiento, vídeos breves, recursos para prensa e imágenes institucionales.

Este banco facilitará la producción de contenidos coherentes, profesionales y actualizados para web, redes sociales, notas de prensa, presentaciones, boletines, memoria de actividades y materiales de divulgación.

Indicador de seguimiento — KPI: N° de recursos incorporados

Táctica 7.4. Realizar un nuevo vídeo corporativo actualizado

Producir un vídeo corporativo actualizado que presente la identidad, misión, líneas de investigación, capacidades científico-técnicas, unidades de apoyo, proyección internacional, transferencia, compromiso social y papel de GENyO dentro del ecosistema biomédico andaluz, nacional e internacional.

Este vídeo deberá poder utilizarse en la web institucional, redes sociales, presentaciones, eventos, visitas, reuniones con actores híbridos, acciones con empresas, actividades divulgativas y materiales dirigidos a financiadores o socios estratégicos.

Indicador de seguimiento — KPI: Fecha de producción

E8. Planificar un programa anual de eventos científicos, institucionales y divulgativos

Táctica 8.1. Elaborar un calendario anual de eventos

Planificar anualmente seminarios científicos, jornadas institucionales, actividades divulgativas, visitas, encuentros con centros educativos, jornadas con pacientes, reuniones con empresas, presentaciones de resultados y actividades con socios institucionales.

Así como elaborar carteles, programas, creatividades para redes sociales, notas informativas, invitaciones, presentaciones, acreditaciones y materiales audiovisuales adaptados a cada evento.

Planificar la difusión previa, cobertura en directo y comunicación posterior de eventos mediante web, redes sociales, boletines, notas de prensa, fotografías, vídeos resumen o streaming cuando proceda.

Utilizar el vídeo corporativo actualizado y otros materiales audiovisuales institucionales en jornadas, visitas, reuniones con empresas, encuentros con actores híbridos, eventos científicos, actividades divulgativas y presentaciones institucionales.

Indicador de seguimiento — KPI: Fecha de aprobación del calendario

Táctica 8.2. Crear una memoria bianual de eventos científicos

Elaborar una memoria bianual que recopile los eventos científicos, institucionales y divulgativos organizados o participados por GENyO. Esta memoria deberá incluir seminarios internos y externos, jornadas científicas, congresos, actividades divulgativas, visitas, encuentros con centros educativos, actividades con pacientes, reuniones con empresas y eventos institucionales.

La memoria permitirá sistematizar la actividad científica y divulgativa del centro, evaluar su alcance, visibilizar la participación de los grupos y unidades, y disponer de un documento de referencia para órganos de gobierno, actores híbridos, entidades financiadoras y públicos externos.

Indicador de seguimiento — KPI: Fecha de elaboración

E9. Planificar y ejecutar un calendario anual de comunicación multicanal

Táctica 9.1. Diseñar un calendario editorial anual

Crear un calendario con fechas, canales, públicos y formatos de publicación en redes sociales, web, boletines, prensa, vídeos, campañas temáticas y acciones institucionales.

Adaptar los contenidos a cada canal y público: X/Twitter para actualidad científica y comunidad investigadora, LinkedIn para sector institucional, académico y empresarial, YouTube para vídeos divulgativos e institucionales, web para contenidos de referencia, y boletines para públicos internos y externos.

Establecer una frecuencia mínima para las acciones comunicativas internas y externas, incluyendo notas de prensa, actualizaciones web, publicaciones en redes sociales, boletines internos segmentados y boletines externos de noticias, eventos y actividades del centro.

Táctica 9.2. Revisar periódicamente el rendimiento de los canales

Analizar de forma periódica los resultados de web, redes sociales, boletines, notas de prensa y campañas para ajustar contenidos, formatos y frecuencia.

Indicador de seguimiento — KPI: Nº de informes de seguimiento elaborados

En el Anexo I se presenta la relación entre cada estrategia, sus tácticas asociadas y los indicadores de seguimiento definidos para medir su grado de cumplimiento. Esta relación permite transformar los objetivos del Plan de Comunicación Científica de GENyO en acciones concretas, planificables y evaluables.

A continuación, se presenta un cronograma orientativo vinculado al Anexo I, en el que se detalla la frecuencia de ejecución y el momento del año previsto para implementar cada táctica. Este cronograma tiene como finalidad facilitar la planificación operativa, coordinar los recursos disponibles, asegurar la coherencia entre públicos, objetivos y estrategias, y garantizar un seguimiento periódico del impacto de las acciones comunicativas.

Estrategia	Táctica	Frecuencia	Meses de ejecución orientativos
E1	T1.1. Reuniones periódicas de coordinación interna entre el personal de estructura.	Mensual o bimensual	Enero–Diciembre
E1	T1.2. Boletines internos informativos para el centro.	Semanal o quincenal	Enero–Diciembre
E1	T1.3. Circuitos internos para la recogida de información científica y comunicativa mediante SharePoint o Teams.	Puesta en marcha inicial y seguimiento continuo	Enero–Marzo; seguimiento Enero–Diciembre
E1	T1.4. Creación del Comité de Comunicación.	Acción inicial y reuniones periódicas	Constitución en primer trimestre; seguimiento Enero–Diciembre
E1	T1.5. Nombramiento de un Delegado de Comunicación por grupo.	Acción inicial y actualización anual	Primer trimestre; revisión anual
E2	T2.1. Informes anuales para órganos de gobierno.	Anual	Noviembre–Diciembre

E2	T2.2. Documentación específica para órganos consultivos.	Según convocatoria	Previo a reuniones del Comité Científico Externo, Claustro de Centro y Consejo Rector
E3	T3.1. Difusión de publicaciones científicas relevantes.	Continúa	Enero–Diciembre
E3	T3.2. Difusión de la participación del personal investigador en congresos, foros y redes científicas.	Continúa	Enero–Diciembre
E3	T3.3. Difusión de eventos científicos organizados o participados por GENyO.	Según agenda de eventos	Enero–Diciembre
E3	T3.4. Campañas temáticas vinculadas a hitos científicos y fechas clave.	Varias campañas al año	Febrero, Abril, Septiembre, Noviembre y otras fechas de interés
E3	T3.5. Difusión de tesis, premios, reconocimientos y captación de fondos.	Continúa	Enero–Diciembre
E4	T4.1. Dossier de servicios científicos y tecnológicos de GENyO.	Elaboración inicial y revisión anual	Abril–Mayo; revisión anual

E4	T4.2. Demos, seminarios empresariales y encuentros con empresas.	Según oportunidades agenda y	Enero– Diciembre
E4	T4.3. Casos de éxito de transferencia y colaboración.	Según disponibilidad casos de	Enero– Diciembre
E5	T5.1. Actualización semestral de la página web del centro.	Semestral	Junio y Diciembre
E5	T5.2. Visibilidad de entidades financiadoras.	Permanente	Enero– Diciembre
E6	T6.1. Producción de piezas divulgativas.	Trimestral	Marzo, Junio, Septiembre, Diciembre
E6	T6.2. Colaboraciones con divulgadores y líderes de opinión.	Puntual, según oportunidades	Enero– Diciembre
E6	T6.3. Charlas y visitas divulgativas para centros educativos, asociaciones y ciudadanía.	Mensual o según demanda	Enero– Diciembre
E6	T6.4. Contenidos específicos para pacientes y ciudadanía.	Según campañas, eventos o proyectos	Enero– Diciembre
E6	T6.5. Boletines externos de noticias y eventos del centro.	Semanal, quincenal o mensual según planificación	Enero– Diciembre

E7	T7.1. Coordinación con el Manual de buenas prácticas de comunicación de Granada Salud.	Permanente	Enero– Diciembre
E7	T7.2. Aplicación de criterios comunes de identidad corporativa institucional.	Permanente	Enero– Diciembre
E7	T7.3. Banco audiovisual institucional actualizado.	Puesta en marcha inicial y actualización continua	Primer semestre; actualización Enero– Diciembre
E7	T7.4. Nuevo vídeo corporativo actualizado.	Acción puntual	Definición: primer semestre; producción: segundo semestre
E8	T8.1. Calendario anual de eventos.	Anual	Septiembre– Diciembre para planificación del año siguiente
E8	T8.2. Memoria bianual de eventos científicos.	Bianual	Diciembre del segundo año evaluado

E9	T9.1. Calendario editorial anual.	Anual	Septiembre– Diciembre para planificación del año siguiente
E9	T9.2. Revisión periódica del rendimiento de los canales.	Trimestral semestral	o Marzo, Junio, Septiembre, Diciembre

Tabla 4. Cronograma orientativo de ejecución de tácticas.

6. Recursos

La ejecución del Plan de Comunicación Científica de GENyO requiere una combinación de recursos humanos, tecnológicos, documentales, audiovisuales y organizativos que permitan desarrollar las estrategias y tácticas definidas en los apartados anteriores. Estos recursos deben facilitar la comunicación interna, la relación con los actores híbridos, la difusión científica externa, la divulgación social, la gestión de eventos, la actualización de canales digitales y la evaluación de resultados.

6.1. Recursos humanos

Unidad de Comunicación y Divulgación Científica

La Unidad de Comunicación y Divulgación Científica será el recurso técnico principal para la ejecución diaria del plan. Tendrá un papel central en la redacción de notas de prensa, gestión de redes sociales, creación de boletines internos y externos, actualización de contenidos web, cobertura de eventos, elaboración de materiales divulgativos, coordinación de campañas y seguimiento de indicadores.

Esta unidad canalizará la información científica recibida por parte de los grupos de investigación, unidades de apoyo y unidades de gestión, transformándola en contenidos adaptados a los distintos públicos y canales.

Dirección Científica y Subdirección

La Dirección Científica y la Subdirección participarán en la orientación estratégica de la comunicación del centro, la validación de mensajes institucionales, la priorización de contenidos científicos relevantes y la coordinación con los órganos de gobierno y consultivos.

También podrán ejercer funciones de portavocía institucional y científica en aquellos asuntos que requieran representación del centro ante medios, instituciones, entidades financiadoras, actores híbridos o comunidad científica.

Gerencia

La Gerencia tendrá un papel clave en la coordinación operativa del plan, especialmente en aquellas acciones relacionadas con la gestión institucional, los órganos de gobierno, los recursos internos, la actualización de información estructural del centro, la relación con proveedores, la gestión de eventos y la coordinación con las unidades de gestión.

Asimismo, participará en el Comité de Comunicación y en el seguimiento de las acciones previstas.

Comité de Comunicación

Se creará un Comité de Comunicación de GENyO, designado por la Junta de Centro, constituido por la Dirección o Subdirección, Gerencia, al menos dos investigadores principales y el técnico de la Unidad de Comunicación Científica.

Este comité será el principal órgano de coordinación del plan y tendrá como funciones priorizar acciones comunicativas, coordinar el calendario editorial, supervisar campañas institucionales, alinear la comunicación interna y externa, validar criterios generales de identidad y tono, coordinar la actualización de la web y los canales digitales y evaluar periódicamente los indicadores del plan.

Delegados de Comunicación de los grupos

Cada grupo de investigación contará con un Delegado de Comunicación, designado por el Investigador Principal correspondiente. Esta figura actuará como enlace entre el grupo y la Unidad de Comunicación y Divulgación Científica, facilitando la transmisión de información sobre publicaciones, congresos, proyectos, premios, tesis, eventos, actividades divulgativas, captación de fondos y otros hitos relevantes.

Su papel permitirá mejorar la comunicación entre la estructura del centro y el personal investigador, agilizar la recogida de contenidos y favorecer una representación más equilibrada de la actividad científica de los distintos grupos.

Personal investigador y grupos de investigación

Los investigadores principales, personal postdoctoral, predoctoral, investigadores en formación y grupos científicos serán una fuente esencial de información científica. Su colaboración será necesaria para comunicar publicaciones, proyectos concedidos, participación en congresos, premios, tesis, estancias, colaboraciones, captación de fondos y resultados relevantes.

También podrán participar como portavoces o colaboradores en actividades divulgativas, visitas, charlas, campañas temáticas, contenidos audiovisuales y acciones dirigidas a centros educativos, asociaciones de pacientes o ciudadanía.

Unidades de Apoyo a la Investigación

Las Unidades de Apoyo a la Investigación aportarán contenidos técnicos, información sobre equipamiento, capacidades científicas y servicios disponibles. Su colaboración será necesaria para elaborar el dossier de servicios científicos y tecnológicos, participar en visitas, demos, seminarios empresariales, vídeos, materiales divulgativos y acciones con empresas o entidades colaboradoras.

Entre ellas se incluyen la Unidad de Genómica, Unidad de Microscopía, Unidad de Citometría, Unidad de Cultivos, Unidad de Bioinformática y Unidad de Servicios Generales.

Unidades de Gestión

Las Unidades de Gestión aportarán información operativa, administrativa y técnica para el desarrollo del plan. Entre ellas se incluyen la Unidad de Gestión de Proyectos, la Unidad de Servicios Generales y de Contratación y Compras, la Unidad de Gestión Económica, Administrativa y de Recursos Humanos, la Unidad de Comunicación y Divulgación Científica y la Unidad de Sistemas de la Información.

Su participación será especialmente relevante en la actualización de la web, la visibilidad de entidades financiadoras, la comunicación de proyectos, la gestión de eventos y la coordinación interna.

Unidad de Sistemas de la Información

La Unidad de Sistemas de la Información será necesaria para dar soporte técnico a la web, intranet, SharePoint, Teams, formularios, repositorios digitales, canales internos, seguridad de datos y herramientas de análisis.

También será clave para la puesta en marcha de grupos colaborativos en SharePoint o Teams, la coordinación entre intranet y web, el mantenimiento de canales digitales y el apoyo técnico al calendario editorial y a la actualización semestral de contenidos web.

Proveedores externos especializados

Cuando sea necesario, se podrá contar con apoyo externo para tareas específicas como diseño gráfico avanzado, producción audiovisual, grabación y edición del vídeo corporativo, fotografía profesional, streaming, maquetación de memorias, desarrollo web, producción de materiales para eventos o soporte técnico especializado.

6.2. Recursos tecnológicos

Intranet corporativa

La intranet corporativa será uno de los principales canales internos del centro. Permitirá difundir información relevante para el personal, coordinar avisos, centralizar documentos y facilitar el acceso a contenidos internos.

Deberá coordinarse con la web institucional para mantener una agenda coherente de eventos, seminarios y actividades.

Entorno Microsoft 365

SharePoint y Teams, incluidos en el entorno Microsoft 365, permitirán crear grupos colaborativos internos para facilitar la comunicación entre grupos de investigación, unidades de apoyo, unidades de gestión y la Unidad de Comunicación y Divulgación

Científica. One Drive permitirá tener una capacidad de almacenamiento para la creación de la biblioteca de material audiovisual cuando antes estaba sujeto a la capacidad limitada de las carpetas compartidas.

Estos espacios servirán para canalizar la recogida de información científica y comunicativa, especialmente la participación en congresos, foros, actividades, redes, publicaciones, eventos y otros hitos relevantes.

Página web institucional

La página web (www.genyo.es) será el principal canal externo de referencia de GENyO. Deberá contener información actualizada sobre el centro, grupos de investigación, personal, líneas científicas, proyectos, unidades de apoyo, equipamiento, publicaciones, eventos, noticias, materiales institucionales y colaboraciones relevantes.

La web deberá revisarse y actualizarse cada seis meses para garantizar que la imagen pública del centro sea rigurosa, coherente y alineada con la actividad real de GENyO.

Gestor de boletines y mailing

Se utilizarán herramientas de mailing para el envío de boletines internos y externos. Para públicos externos podrá emplearse Mailchimp u otra herramienta equivalente que permita segmentación, gestión de suscripciones y análisis de aperturas y clics. Para comunicaciones internas podrá utilizarse Outlook/Exchange o listas internas corporativas.

Estos recursos serán necesarios para los boletines internos informativos y los boletines externos de noticias y eventos del centro.

Redes sociales

Las redes sociales serán canales prioritarios para la difusión de noticias, publicaciones científicas, eventos, campañas temáticas, reconocimientos, actividades divulgativas, colaboraciones, vídeos y contenidos dirigidos a la comunidad científica, instituciones, empresas y ciudadanía.

Se utilizarán especialmente X/Twitter, LinkedIn, YouTube y aquellos otros canales que se consideren estratégicos para los públicos del plan.

Herramientas de programación y gestión de redes

Se podrán utilizar herramientas como Hootsuite, Buffer u otras equivalentes para programar publicaciones, coordinar campañas, gestionar el calendario editorial y analizar el rendimiento de los contenidos.

Analítica web y digital

Se emplearán herramientas de analítica como Google Analytics 4, Looker Studio u otras equivalentes para medir tráfico web, visitas, tiempo de permanencia, rendimiento de contenidos, campañas, boletines, redes sociales y evolución de canales digitales.

Estos datos servirán para revisar periódicamente el rendimiento de los canales y elaborar informes de seguimiento.

Herramientas audiovisuales y de diseño

Se utilizarán herramientas para la creación y edición de contenidos visuales y audiovisuales, como Canva, GIMP, DaVinci Resolve, Zoom, OBS Studio u otras equivalentes.

Estos recursos serán necesarios para producir piezas divulgativas, materiales de eventos, cartelería, infografías, vídeos breves, recursos para redes sociales, cobertura de actividades y el nuevo vídeo corporativo actualizado.

Repositorio digital y banco audiovisual

Se habilitará un repositorio digital para centralizar fotografías, vídeos, logotipos, plantillas, cartelería, documentos institucionales, materiales de campañas, notas de prensa, presentaciones, recursos audiovisuales y contenidos de eventos.

Este repositorio permitirá mantener un banco audiovisual institucional actualizado y facilitará la producción de materiales coherentes para web, redes sociales, boletines, notas de prensa, presentaciones y memorias.

6.3. Recursos documentales y materiales

Manual de buenas prácticas de comunicación de Granada Salud

El plan incorporará como recurso de referencia el Manual de buenas prácticas de comunicación de Granada Salud, especialmente para coordinar el envío de noticias, difusión de eventos, uso de hashtags, menciones, etiquetas, palabras clave y participación en campañas relacionadas con el ámbito de la salud.

Este recurso permitirá reforzar la presencia de GENyO dentro del ecosistema Granada Salud y mejorar la redifusión de contenidos por parte de entidades colaboradoras.

Criterios comunes de identidad corporativa institucional

Se deberán aplicar criterios homogéneos de identidad visual y verbal en todos los materiales de comunicación del centro. Esto incluye el uso de logotipos, denominación institucional, tono, colores, tipografías, lenguaje, formatos y menciones a entidades vinculadas o financiadoras.

Plantillas institucionales

Se desarrollarán plantillas para presentaciones, pósteres, comunicados, notas de prensa, cartelería, redes sociales, informes, memorias, boletines y materiales divulgativos.

Estas plantillas facilitarán la coherencia visual del centro y reducirán la carga de producción de materiales.

Dossier de servicios científicos y tecnológicos

Se elaborará un dossier actualizado de servicios, equipamiento, técnicas disponibles y capacidades de las Unidades de Genómica, Microscopía, Citometría, Cultivos, Bioinformática y Servicios Generales.

Este recurso será especialmente útil para empresas, plataformas tecnológicas, clústeres, asociaciones sectoriales, socios industriales, entidades financiadoras y actores híbridos.

Materiales para eventos

Será necesario disponer de carteles, programas, creatividades para redes sociales, notas informativas, invitaciones, presentaciones, acreditaciones, fotografías, vídeos resumen y materiales audiovisuales adaptados a cada evento científico, institucional o divulgativo.

Nuevo vídeo corporativo

El vídeo corporativo actualizado será un recurso estratégico para presentar la identidad, misión, líneas de investigación, capacidades científico-técnicas, unidades de apoyo, proyección internacional, transferencia, compromiso social y papel de GENyO dentro del ecosistema biomédico.

Podrá utilizarse en la web institucional, redes sociales, presentaciones, eventos, visitas, reuniones con actores híbridos, acciones con empresas, actividades divulgativas y materiales dirigidos a financiadores o socios estratégicos.

Memoria bianual de eventos científicos

Se elaborará una memoria bianual que recopile los eventos científicos, institucionales y divulgativos organizados o participados por GENyO.

Esta memoria permitirá sistematizar la actividad del centro, evaluar su alcance, visibilizar la participación de grupos y unidades y disponer de un documento de referencia para órganos de gobierno, actores híbridos, entidades financiadoras y públicos externos.

6.4. Recursos económicos

La ejecución del Plan de Comunicación Científica de GENyO requiere una dotación presupuestaria específica, distribuida en distintas partidas que permitan cubrir tanto las necesidades recurrentes de comunicación como aquellas acciones puntuales previstas en las tácticas del plan. Estas partidas deberán integrarse, en la medida de lo posible, en la planificación económica anual del centro, con seguimiento por parte de la Gerencia y de la Unidad de Gestión Económica, Administrativa y de Recursos Humanos, en coordinación con la Unidad de Comunicación y Divulgación Científica y el Comité de Comunicación.

El presupuesto debe contemplar recursos para comunicación interna, comunicación externa, actualización de canales digitales, producción de materiales, organización de eventos, divulgación científica, relación con públicos estratégicos, elaboración de memorias, producción audiovisual y posibles imprevistos. Esta previsión permitirá ejecutar las acciones de manera ordenada, sostenible y alineada con los objetivos del Plan Estratégico 2024–2027. A continuación, se enumeran las partidas presupuestarias previstas:

Personal y formación

Incluye los recursos vinculados al personal especializado en comunicación científica, especialmente la Unidad de Comunicación y Divulgación Científica, así como acciones de formación continua en comunicación digital, divulgación científica, diseño accesible, gestión de redes sociales, portavocía, comunicación institucional, gestión de crisis y uso de nuevas herramientas digitales.

Esta partida también podrá contemplar formación específica para investigadores, delegados de comunicación de los grupos o personal implicado en actividades divulgativas.

Producción de materiales de comunicación

Incluye la elaboración de materiales necesarios para la comunicación interna, externa e institucional del centro, tales como cartelería, programas de eventos, folletos divulgativos, materiales para visitas, documentos institucionales, fichas de grupos, fichas de unidades, dossier de servicios científicos y tecnológicos, plantillas corporativas y materiales asociados a campañas específicas.

Cuando sea posible, el diseño gráfico podrá asumirse internamente mediante herramientas propias, aunque deberá preverse presupuesto para impresión, maquetación profesional o producción de materiales físicos cuando la acción lo requiera.

Producción audiovisual y multimedia

Incluye la producción del nuevo vídeo corporativo actualizado de GENyO, así como la grabación y edición de vídeos divulgativos, entrevistas, piezas breves para redes sociales, animaciones, recursos audiovisuales para eventos, materiales para campañas temáticas y contenidos destinados al banco audiovisual institucional.

El vídeo corporativo constituye una acción estratégica del plan, ya que servirá como recurso transversal para web, redes sociales, visitas, jornadas, reuniones con actores híbridos, actividades con empresas, presentaciones institucionales y acciones dirigidas a financiadores o socios estratégicos.

Organización de eventos científicos, institucionales y divulgativos

Incluye los costes asociados a seminarios internos y externos, jornadas científicas, actividades divulgativas, visitas educativas, encuentros con centros educativos, actividades con asociaciones de pacientes, demos y seminarios empresariales, reuniones con empresas, Semana de la Ciencia, Noche Europea de los Investigadores y otras actividades vinculadas al calendario anual de eventos.

Algunas acciones podrán realizarse con recursos propios o mediante colaboración de socios, patrocinadores o entidades participantes, pero conviene prever una partida para materiales, desplazamientos, ponentes, alojamiento, dietas, soporte técnico, cartelería, acreditaciones, streaming o necesidades logísticas.

Herramientas digitales y licencias

Incluye las herramientas necesarias para la gestión de boletines internos y externos, programación de redes sociales, analítica digital, edición gráfica, edición audiovisual, gestión documental y coordinación de equipos.

Entre las herramientas previstas se incluyen Mailchimp u otra plataforma de mailing, herramientas de programación de redes sociales, Canva Pro u otras soluciones de diseño, herramientas de edición audiovisual, Google Analytics 4, Looker Studio, SharePoint, Teams, Google Drive, OneDrive o plataformas equivalentes.

Algunas de estas herramientas pueden estar ya incluidas en los servicios corporativos disponibles, especialmente las vinculadas a Microsoft 365, por lo que el coste final dependerá de las licencias ya contratadas y de las necesidades específicas del plan.

Actualización y mantenimiento de canales digitales

Incluye posibles costes asociados a la mejora, actualización o mantenimiento de la página web institucional, revisión semestral de contenidos, optimización de secciones estratégicas, creación o actualización de apartados de proyectos, eventos, grupos, unidades, publicaciones, servicios científicos y tecnológicos, así como soporte técnico para intranet, SharePoint, Teams y otros canales internos.

Esta partida deberá coordinarse con la Unidad de Sistemas de la Información.

Memorias, informes y documentación estratégica

Incluye la elaboración, diseño y maquetación de informes anuales para órganos de gobierno, documentación para órganos consultivos, memoria bianual de eventos científicos, informes de seguimiento de indicadores, memoria anual o bianual de comunicación científica y otros documentos de apoyo al seguimiento del plan.

Estos materiales permitirán evaluar la ejecución de las acciones y presentar de forma clara el impacto de la comunicación ante órganos internos, actores híbridos, entidades financiadoras y públicos externos.

El presente presupuesto es una estimación orientativa basada en las acciones previstas en el Plan de Comunicación Científica y en los recursos mencionados a lo largo del documento. Las cifras podrán ajustarse anualmente en función de las necesidades reales del centro, la disponibilidad de recursos propios, la participación de patrocinadores, la colaboración de entidades externas y las prioridades definidas por el Comité de Comunicación.

Partida	Conceptos incluidos	Coste estimado (€)
1. Personal y formación	Personal técnico de comunicación científica vinculado a la Unidad de Comunicación y Divulgación Científica. Formación en comunicación científica, comunicación digital, diseño accesible, redes sociales, portavocía, gestión de crisis y herramientas digitales.	35.000 + 1.000
2. Producción de materiales de comunicación	Diseño interno de materiales, impresión de programas, cartelería, folletos divulgativos, materiales para visitas, fichas de grupos y unidades, dossier de servicios científicos y tecnológicos, plantillas institucionales y materiales de campañas.	700
3. Producción audiovisual y multimedia	Contratación de la producción de un nuevo vídeo corporativo actualizado, grabación y edición de piezas audiovisuales, vídeos breves para redes sociales, entrevistas, animaciones, recursos para campañas y banco audiovisual institucional.	3.000
4. Organización de eventos científicos, institucionales y divulgativos	Seminarios externos, jornadas científicas, actividades divulgativas, Semana de la Ciencia, Noche Europea de los Investigadores, visitas educativas, actividades con asociaciones de pacientes, demos empresariales, materiales, ponentes, desplazamientos, alojamiento, dietas y soporte técnico.	7.000
5. Herramientas digitales y licencias	Mailchimp u otra plataforma de mailing, herramientas de programación de redes sociales, Canva Pro u otras herramientas de diseño, edición audiovisual, analítica digital, gestión documental y herramientas colaborativas.	500
6. Actualización y mantenimiento de canales digitales	Soporte para revisión semestral de la web, actualización de contenidos, mejora de secciones estratégicas, mantenimiento de agenda, coordinación web-intranet, SharePoint o Teams y apoyo técnico puntual.	0
7. Memorias, informes y documentación estratégica	Maquetación y diseño de informes anuales, memoria bianual de eventos científicos, informes de seguimiento, memoria de comunicación científica y documentación para órganos de gobierno y consultivos.	1.000
Total estimado		48.200 €

Tabla 5. Estimación orientativa del presupuesto

Nota: El presupuesto estimado para la ejecución del Plan de Comunicación Científica asciende a 48.200 €, incluyendo personal, formación, producción audiovisual, organización de eventos, herramientas digitales, actualización de canales y fondo de contingencia.

De esta cantidad, 35.000 € corresponden a personal y formación. Si el coste del personal técnico de comunicación ya estuviera contemplado dentro de la estructura ordinaria del centro, el coste adicional operativo del plan sería de aproximadamente 13.200 €.

7. Responsables

La responsabilidad en la implementación del Plan de Comunicación Científica de GENyO recae de manera compartida entre distintos niveles de dirección, gestión, apoyo técnico y participación científica del centro. La coordinación general se articula a través de la Unidad de Comunicación y Divulgación Científica, con el apoyo de la Dirección Científica, la Gerencia, la Unidad de Sistemas de la Información, los grupos de investigación, las Unidades de Apoyo a la Investigación y las Unidades de Gestión. Esta distribución permite que las acciones previstas en el plan sean ejecutables, coordinadas y evaluables.

En primer lugar, la **Dirección Científica** actúa como responsable estratégica de la comunicación científica del centro. Su papel consiste en orientar los mensajes clave, validar contenidos institucionales sensibles, ejercer la portavocía científica cuando proceda y garantizar que la comunicación esté alineada con los objetivos científicos y estratégicos de GENyO.

La **Subdirección** podrá apoyar a la Dirección Científica en la priorización de contenidos, la validación de mensajes y la coordinación de acciones vinculadas a la actividad científica, las Unidades de Apoyo a la Investigación y la proyección externa del centro.

La **Gerencia** supervisa la ejecución operativa del plan, garantizando la disponibilidad de recursos, la coordinación con las unidades de gestión, la relación con órganos de gobierno, la planificación de eventos y la coherencia de las acciones comunicativas con el funcionamiento general del centro.

La **Unidad de Comunicación y Divulgación Científica** será la principal responsable de la coordinación y ejecución técnica del plan. Entre sus funciones se encuentran la elaboración de contenidos, la gestión de redes sociales, web y boletines, la redacción de noticias y notas de prensa, la coordinación de campañas, la cobertura de eventos, la relación con medios, la gestión de materiales institucionales, la aplicación de criterios de identidad corporativa y el seguimiento de los indicadores de comunicación.

La **Unidad de Sistemas de la Información** dará soporte tecnológico a las acciones previstas, especialmente en lo relativo a la web, intranet, SharePoint, Teams, repositorios digitales, herramientas de mailing, seguridad de datos, analítica y coordinación técnica de los canales digitales.

La **Unidad de Gestión de Proyectos** tendrá un papel relevante en la comunicación de proyectos financiados, especialmente en la correcta visibilidad de entidades financiadoras, uso de logotipos, códigos de proyecto, menciones obligatorias y preparación de contenidos sobre retorno social e impacto.

La **Unidad de Gestión Económica, Administrativa y de Recursos Humanos** participará en el seguimiento presupuestario del plan, la gestión de recursos económicos, la tramitación de necesidades vinculadas a eventos, proveedores o servicios externos, y el apoyo administrativo necesario para la ejecución de determinadas acciones.

Las **Unidades de Apoyo a la Investigación** participarán aportando información técnica sobre servicios, equipamiento, capacidades científicas y actividades propias. Además, podrán colaborar en visitas, demostraciones, vídeos, eventos, materiales divulgativos y acciones dirigidas a empresas, centros educativos, asociaciones o ciudadanía.

Los **grupos de investigación** y el **personal investigador** serán responsables de comunicar a la Unidad de Comunicación y Divulgación Científica los hitos científicos relevantes: publicaciones, proyectos, congresos, premios, tesis, colaboraciones, estancias, captación de fondos y resultados susceptibles de difusión. Para facilitar esta coordinación, cada grupo contará con un **Delegado de Comunicación**, designado por el Investigador Principal, que actuará como enlace entre el grupo y la Unidad de Comunicación y Divulgación Científica.

El **Comité de Comunicación** será el órgano de coordinación del plan. Será designado por la Junta de Centro y estará constituido por la Dirección o Subdirección, la Gerencia, al menos dos investigadores principales y el técnico de la Unidad de Comunicación Científica. Entre sus funciones estarán priorizar acciones comunicativas, coordinar el calendario editorial, supervisar campañas institucionales, alinear la comunicación interna y externa, validar criterios generales de identidad y tono, coordinar la actualización de la web y los canales digitales, y evaluar periódicamente los indicadores del plan.

En la tabla 6 se refleja una relación entre la matriz de responsables:

Estrategia	Responsable — R	Aprobador — A	Consultado — C	Informado — I
E1. Implantar canales internos estables, segmentados y centralizados	Unidad de Comunicación y Divulgación Científica / Unidad de Sistemas de la Información	Dirección Científica / Gerencia / Comité de Comunicación	Unidades de Gestión, Unidades de Apoyo, Delegados de Comunicación	Personal de GENyO
E2. Establecer una comunicación específica con órganos de gobierno y órganos consultivos	Unidad de Comunicación y Divulgación Científica / Gerencia	Dirección Científica / Gerencia	Unidad de Gestión de Proyectos, Unidades de Apoyo, Junta de Centro	Consejo Rector, Comisión Delegada, Comité Científico Externo, Claustro de Centro
E3. Construir una narrativa científica continua sobre GENyO	Unidad de Comunicación y Divulgación Científica	Dirección Científica / Comité de Comunicación	IP, Delegados de Comunicación, grupos de investigación, Unidades de Apoyo	Comunidad científica, personal GENyO, actores híbridos y públicos externos
E4. Diseñar materiales específicos para el sector industrial, empresarial y de innovación	Unidad de Comunicación y Divulgación Científica	Gerencia / Dirección Científica	Unidades de Apoyo, Unidad de Gestión de Proyectos, grupos de investigación	Empresas, spin-offs, clústeres, plataformas tecnológicas y socios estratégicos
E5. Reforzar la comunicación con agentes públicos y entidades financiadoras	Unidad de Comunicación y Divulgación Científica / Unidad de Gestión de Proyectos	Dirección Científica / Gerencia	IP, Unidades de Gestión, Unidades de Apoyo	Administraciones públicas, agencias financiadoras, fundaciones y órganos de gobierno

E6. Potenciar la divulgación científica en formatos accesibles y orientados al impacto social	Unidad de Comunicación y Divulgación Científica	Dirección Científica / Comité de Comunicación	Investigadores voluntarios, Delegados de Comunicación, Unidades de Apoyo	Sociedad, centros educativos, asociaciones de pacientes, ciudadanía y medios
E7. Unificar la identidad visual y verbal de GENyO	Unidad de Comunicación y Divulgación Científica	Dirección Científica / Gerencia / Comité de Comunicación	Unidad de Sistemas de la Información, Granada Salud como referencia externa, Unidades de Gestión	Personal GENyO, actores híbridos y públicos externos
E8. Planificar un programa anual de eventos científicos, institucionales y divulgativos	Unidad de Comunicación y Divulgación Científica / Gerencia	Dirección Científica / Comité de Comunicación	Unidades de Apoyo, Unidad de Sistemas de la Información, Unidad de Gestión Económica, Delegados de Comunicación	Públicos internos, actores híbridos, comunidad científica, empresas y ciudadanía
E9. Planificar y ejecutar un calendario anual de comunicación multicanal	Unidad de Comunicación y Divulgación Científica	Comité de Comunicación / Dirección Científica	Unidad de Sistemas de la Información, Delegados de Comunicación, Unidades de Apoyo, Unidades de Gestión	Personal GENyO, actores híbridos, públicos externos y socios estratégicos

Tabla 6. Relación RACI de responsables del Plan de Comunicación Científica de GENyO.

8. Riesgos y medidas preventivas

La correcta implementación del Plan de Comunicación Científica de GENyO puede verse condicionada por distintos riesgos organizativos, comunicativos, técnicos y reputacionales. La identificación previa de estos riesgos permite establecer medidas preventivas que garanticen una ejecución ordenada, flexible y coherente con los objetivos del plan.

Solapamiento de actividades y sobrecarga del calendario

Uno de los principales riesgos es la acumulación de actividades científicas, institucionales y divulgativas en determinados periodos del año, especialmente en meses con alta concentración de seminarios externos, defensas de tesis, visitas de institutos, campañas divulgativas, Semana de la Ciencia, Noche Europea de los Investigadores o Jornadas Científicas de GENyO.

Medidas preventivas:

- Mantener un calendario anual de eventos y un calendario anual de comunicaciones actualizados.
- Evitar la programación ordinaria en julio y agosto, Semana Santa, Corpus de Granada y periodo navideño.
- Coordinar la agenda entre Dirección Científica, Gerencia, Unidad de Comunicación y Divulgación Científica, Unidades de Apoyo y Unidades de Gestión.
- Revisar trimestralmente el calendario desde el Comité de Comunicación.
- Priorizar acciones en función de su impacto estratégico y disponibilidad de recursos.

Falta de información procedente de los grupos de investigación

La comunicación científica depende de que los grupos informen con suficiente antelación sobre publicaciones, congresos, premios, tesis, proyectos concedidos, estancias, charlas, colaboraciones y otros hitos relevantes. Si esta información no llega a la Unidad de Comunicación y Divulgación Científica, se reduce la visibilidad de la actividad real del centro.

Medidas preventivas:

- Nombrar un Delegado de Comunicación por grupo, designado por cada Investigador Principal.
- Crear circuitos internos de recogida de información mediante SharePoint o Teams.

- Establecer formularios o canales unificados para comunicar hitos científicos.
- Recordar periódicamente a los grupos qué tipo de información deben trasladar.
- Incluir esta función dentro de la dinámica ordinaria de coordinación interna.

Desigualdad en la visibilidad de los grupos y unidades

Existe el riesgo de que algunos grupos, unidades o líneas científicas tengan mayor presencia comunicativa que otros, bien por mayor actividad, por mayor iniciativa individual o por facilidad para generar contenidos. Esto puede generar una percepción interna de desequilibrio.

Medidas preventivas:

- Hacer seguimiento de los grupos y unidades representados en noticias, redes, boletines, eventos y campañas.
- Promover una rotación equilibrada de contenidos entre áreas, grupos y unidades.
- Utilizar los Delegados de Comunicación como enlace para detectar hitos menos visibles.
- Incluir en el calendario editorial acciones específicas para unidades de apoyo, grupos emergentes, tesis, proyectos y actividades divulgativas.
- Garantizar diversidad de voces, perfiles y temáticas en la narrativa institucional.

Baja participación en eventos y actividades divulgativas

Las actividades dirigidas a públicos internos o externos pueden ver reducido su impacto si no existe suficiente participación, asistencia o implicación del personal investigador, centros educativos, asociaciones, ciudadanía o entidades colaboradoras.

Medidas preventivas:

- Difundir los eventos con antelación suficiente a través de web, redes sociales, boletines internos y externos.
- Reforzar la promoción de actividades relevantes mediante campañas específicas.
- Coordinar la convocatoria con centros educativos, asociaciones de pacientes, Universidad de Granada, entidades del entorno PTS y Granada Salud cuando proceda.

- Crear una relación actualizada de personal investigador disponible para actividades divulgativas.
- Realizar encuestas de valoración tras eventos relevantes para mejorar futuras convocatorias.

Limitación de recursos humanos y presupuestarios

La ejecución del plan puede verse afectada por la falta de tiempo, personal o presupuesto para desarrollar todas las acciones previstas, especialmente aquellas relacionadas con producción audiovisual, actualización web, eventos, boletines, campañas o materiales específicos.

Medidas preventivas:

- Priorizar las acciones con mayor impacto estratégico.
- Diferenciar entre acciones esenciales, recomendables y complementarias.
- Aprovechar recursos internos siempre que sea posible.
- Utilizar plantillas, automatizaciones y herramientas ya disponibles.
- Buscar apoyos mediante patrocinadores, colaboraciones institucionales, partners estratégicos o convocatorias de divulgación.
- Revisar anualmente el presupuesto y ajustar las acciones al nivel real de recursos disponibles.

Falta de coherencia visual, verbal o institucional

La multiplicidad de canales, públicos y formatos puede generar mensajes dispersos, uso desigual de la identidad corporativa o falta de coherencia entre materiales internos y externos.

Medidas preventivas:

- Aplicar criterios comunes de identidad corporativa institucional.
- Coordinar la comunicación con el Manual de buenas prácticas de comunicación de Granada Salud cuando proceda.
- Crear y utilizar plantillas institucionales para presentaciones, cartelería, boletines, informes, redes sociales y materiales divulgativos.
- Centralizar recursos gráficos y audiovisuales en un banco institucional actualizado.
- Revisar materiales estratégicos antes de su difusión pública.

Errores en la comunicación de proyectos financiados

La comunicación de proyectos financiados exige cumplir requisitos específicos de visibilidad, uso de logotipos, menciones, códigos de proyecto y textos obligatorios. Un error en este ámbito puede afectar a la justificación o imagen institucional.

Medidas preventivas:

- Coordinar la comunicación de proyectos con la Unidad de Gestión de Proyectos.
- Revisar previamente las menciones a financiadores en notas, publicaciones, web, boletines, cartelería y materiales audiovisuales.
- Mantener una plantilla o guía con fórmulas de reconocimiento de financiación.
- Actualizar periódicamente la información de proyectos en la web.
- Registrar las comunicaciones realizadas sobre proyectos financiados.

Riesgos técnicos en canales digitales y eventos

El plan depende de herramientas digitales como web, intranet, SharePoint, Teams, Mailchimp, redes sociales, sistemas audiovisuales y plataformas de streaming. Fallos técnicos pueden afectar a la difusión, la recogida de información, la emisión de boletines o la cobertura de eventos.

Medidas preventivas:

- Coordinar las acciones digitales con la Unidad de Sistemas de la Información.
- Realizar pruebas técnicas antes de eventos relevantes, streaming o envíos masivos.
- Mantener copias de seguridad de materiales, bases de datos y recursos audiovisuales.
- Definir responsables técnicos para eventos de mayor complejidad.
- Disponer de alternativas para comunicaciones urgentes o incidencias en canales principales.

Riesgo reputacional o crisis comunicativa

Pueden producirse situaciones que afecten a la reputación del centro, como errores en la difusión de resultados, mensajes malinterpretados, incidentes en eventos, controversias científicas, problemas internos o fallos técnicos en actividades públicas.

Medidas preventivas:

- Definir un circuito de validación ágil para mensajes sensibles.
- Designar portavoces oficiales según el tipo de situación.
- Evitar mensajes sobredimensionados o que generen falsas expectativas.
- Mantener una comunicación prudente, rigurosa y basada en evidencias.
- Preparar mensajes marco para situaciones previsibles.
- Elevar las situaciones de riesgo al Comité de Comunicación, Dirección Científica y Gerencia.

Riesgos relacionados con protección de datos, imagen y derechos de uso

La comunicación del centro puede implicar el uso de fotografías, vídeos, datos personales, imágenes de menores, testimonios, información científica no publicada o contenidos sujetos a derechos de autor.

Medidas preventivas:

- Solicitar autorizaciones de imagen cuando sea necesario.
- Extremar la protección en actividades con menores, centros educativos o pacientes.
- Revisar el uso de fotografías, vídeos, logotipos y materiales de terceros.
- Evitar difundir información científica no validada o no autorizada.
- Coordinar con las unidades responsables cualquier contenido que pueda afectar a protección de datos, confidencialidad o propiedad intelectual.

Baja actualización de la web y canales institucionales

Una web desactualizada o canales con información incompleta pueden afectar negativamente a la imagen pública del centro, dificultar la captación de colaboraciones y reducir la utilidad de los canales para públicos externos.

Medidas preventivas:

- Realizar una revisión semestral de la página web.
- Actualizar información sobre grupos, personal, proyectos, unidades, equipamiento, publicaciones y materiales institucionales.
- Coordinar la revisión con los Delegados de Comunicación, Unidades de Apoyo, Unidad de Sistemas de la Información y Unidad de Comunicación.
- Establecer responsables por sección o tipo de contenido.

- Registrar fecha de última actualización de contenidos estratégicos.

En conjunto, estas medidas preventivas permiten anticipar los principales riesgos asociados a la ejecución del Plan de Comunicación Científica de GENyO y establecer mecanismos de respuesta adecuados. La coordinación entre Dirección Científica, Gerencia, Comité de Comunicación, Unidad de Comunicación y Divulgación Científica, Unidad de Sistemas de la Información, Unidades de Gestión, Unidades de Apoyo y grupos de investigación será clave para asegurar que el plan se implemente de forma ordenada, sostenible y coherente con los objetivos estratégicos del centro.

9. Conclusiones

El Plan de Comunicación Científica de GENyO constituye una herramienta estratégica para ordenar, profesionalizar y reforzar la comunicación del centro, tanto en el ámbito interno como externo. Alineado con el Plan Estratégico 2024–2027, este documento permite transformar la comunicación científica en una función estructurada, planificada y evaluable, vinculada a los objetivos institucionales, científicos y sociales del centro.

La nueva segmentación de públicos —públicos internos, actores híbridos y públicos externos— permite adaptar mejor los mensajes, canales y acciones a las necesidades reales de cada grupo. Esta clasificación facilita diferenciar entre la comunicación dirigida a la estructura interna de GENyO, la relación con entidades que tienen un papel dual en la gobernanza, gestión, investigación, asistencia o transferencia, y la proyección hacia la comunidad científica, administraciones, empresas, medios, ciudadanía, centros educativos y asociaciones de pacientes.

El plan establece un marco coherente de objetivos, estrategias, tácticas, indicadores, recursos, responsables y calendarios de ejecución. Esta estructura permite pasar de una comunicación basada en acciones puntuales a una planificación continua, con herramientas concretas como los boletines internos y externos, los calendarios anuales de eventos y comunicaciones, la actualización semestral de la web, el banco audiovisual institucional, el nuevo vídeo corporativo, la memoria bianual de eventos científicos y los circuitos internos de recogida de información científica.

La creación del Comité de Comunicación y el nombramiento de Delegados de Comunicación por grupo refuerzan la gobernanza del plan y facilitan una coordinación más eficaz entre Dirección Científica, Gerencia, Unidad de Comunicación y Divulgación Científica, Unidades de Gestión, Unidades de Apoyo e investigadores. Esta estructura resulta clave para mejorar el flujo de información, evitar solapamientos, equilibrar la visibilidad de los grupos y garantizar que los hitos científicos del centro se comuniquen de forma adecuada.

Asimismo, la planificación de eventos y comunicaciones permite ordenar la actividad anual del centro, teniendo en cuenta seminarios externos, defensas de tesis, demos, visitas de institutos, actividades divulgativas, 11F, Semana de la Ciencia, Noche Europea de los Investigadores y Jornadas Científicas de GENyO. Esta planificación contribuye a optimizar recursos, mejorar la difusión de las actividades y asegurar una presencia pública más constante y coherente.

La identificación de riesgos y medidas preventivas dota al plan de mayor solidez, al prever posibles dificultades relacionadas con la sobrecarga del calendario, la falta de información procedente de los grupos, la desigual visibilidad interna, las limitaciones presupuestarias, los fallos técnicos, la protección de datos o las crisis reputacionales.

De este modo, el plan incorpora mecanismos de prevención, coordinación y respuesta que aumentan su viabilidad.

En definitiva, este Plan de Comunicación Científica no solo busca mejorar la difusión de la actividad investigadora de GENyO, sino también consolidar una marca institucional sólida, coherente y reconocible. Su correcta implementación permitirá reforzar la cohesión interna, aumentar la visibilidad científica, favorecer nuevas colaboraciones, mejorar la relación con financiadores y actores estratégicos, y acercar la investigación biomédica a la sociedad. Su éxito dependerá del compromiso sostenido de todas las unidades, grupos y órganos implicados, así como de la capacidad del centro para mantener una comunicación rigurosa, planificada, participativa y orientada al impacto.

Anexo I

Relación entre estrategias, tácticas e indicadores de seguimiento

El presente anexo recoge la relación entre las estrategias del Plan de Comunicación Científica de GENyO, las tácticas asociadas a cada una de ellas y los indicadores de seguimiento definidos para medir su grado de ejecución. Esta matriz permite transformar los objetivos estratégicos del plan en acciones concretas, planificables y evaluables. En amarillo, se incluyen las tácticas que se van a implantar nuevas, frente las blancas que son las que ya se encuentran activas.

Estrategia	Táctica	Indicador de seguimiento — KPI
E1. Implantar canales internos estables, segmentados y centralizados	T1.1. Organizar reuniones periódicas de coordinación interna entre el personal de estructura.	Nº de reuniones celebradas.
E1	T1.2. Crear boletines internos informativos para el centro.	Nº de boletines enviados / Tasa de apertura (%) / Tasa de clics (%).
E1	T1.3. Crear circuitos internos para la recogida de información científica y comunicativa.	Nº de grupos activos.
E1	T1.4. Crear un Comité de Comunicación.	Fecha de constitución.
E1	T1.5. Nombramiento de un Delegado de Comunicación por grupo.	Fecha de nombramiento.
E2. Establecer una comunicación específica con órganos de gobierno y órganos consultivos	T2.1. Elaborar informes anuales para órganos de gobierno.	Nº de informes enviados.

E2	T2.2. Elaborar documentación específica para órganos consultivos.	Nº de informes enviados.
E3. Construir una narrativa científica continua sobre GENyO	T3.1. Difundir publicaciones científicas relevantes.	Nº de publicaciones difundidas.
E3	T3.2. Difundir la participación de personal investigador en congresos, foros y redes científicas.	Nº de publicaciones realizadas.
E3	T3.3. Difundir eventos científicos organizados o participados por GENyO.	Nº de eventos difundidos.
E3	T3.4. Realizar campañas temáticas vinculadas a hitos científicos y fechas clave.	Nº de campañas realizadas.
E3	T3.5. Visibilizar tesis, premios, reconocimientos y captación de fondos.	Nº de logros difundidos.
E4. Diseñar materiales específicos para el sector industrial, empresarial y de innovación	T4.1. Crear un dossier de servicios científicos y tecnológicos de GENyO.	Fecha de publicación.
E4	T4.2. Organizar demos, seminarios empresariales y encuentros con empresas.	Nº de eventos realizados.
E4	T4.3. Publicar casos de éxito de transferencia y colaboración.	Nº de casos publicados.
E5. Reforzar la comunicación con agentes públicos y entidades financiadoras	T5.1. Actualizar cada seis meses la información de la página web del centro.	Nº de revisiones semestrales realizadas.
E5	T5.2. Garantizar la correcta visibilidad de entidades financiadoras.	Nº de comunicaciones.

E6. Potenciar la divulgación científica en formatos accesibles y orientados al impacto social	T6.1. Producir piezas divulgativas.	Nº de piezas producidas.
E6	T6.2. Colaborar con divulgadores de referencia y líderes de opinión.	Nº de eventos/colaboraciones realizadas.
E6	T6.3. Organizar charlas y visitas divulgativas para centros educativos, asociaciones y ciudadanía.	Nº de visitas/charlas impartidas.
E6	T6.4. Desarrollar contenidos específicos para pacientes y ciudadanía.	Nº de eventos/contenidos elaborados.
E6	T6.5. Crear boletines externos de noticias y eventos del centro.	Nº de boletines externos enviados.
E7. Unificar la identidad visual y verbal de GENyO	T7.1. Coordinar la comunicación del centro con el Manual de buenas prácticas de comunicación de Granada Salud.	Nº de contenidos redifundidos por Granada Salud.
E7	T7.2. Aplicar criterios comunes de identidad corporativa institucional.	Nº de materiales realizados.
E7	T7.3. Crear un banco audiovisual institucional actualizado.	Nº de recursos incorporados.
E7	T7.4. Realizar un nuevo vídeo corporativo actualizado.	Fecha de producción.
E8. Planificar un programa anual de eventos científicos, institucionales y divulgativos	T8.1. Elaborar un calendario anual de eventos.	Fecha de aprobación del calendario.

E8	T8.2. Crear una memoria bianual de eventos científicos.	Fecha de elaboración.
E9. Planificar y ejecutar un calendario anual de comunicación multicanal	T9.1. Diseñar un calendario editorial anual.	Fecha de aprobación del calendario editorial.
E9	T9.2. Revisar periódicamente el rendimiento de los canales.	Nº de informes de seguimiento elaborados.

Tabla 7. Relación entre estrategias, tácticas e indicadores de seguimiento

Anexo II

Plantillas para el boletín interno y externo de noticias y eventos

Este anexo desarrolla una plantilla para la Táctica 1.2. Crear boletines internos informativos para el centro y para la Táctica 6.6. Crear boletines externos de noticias y eventos del centro, estableciendo una creatividad para poner en marcha la táctica.

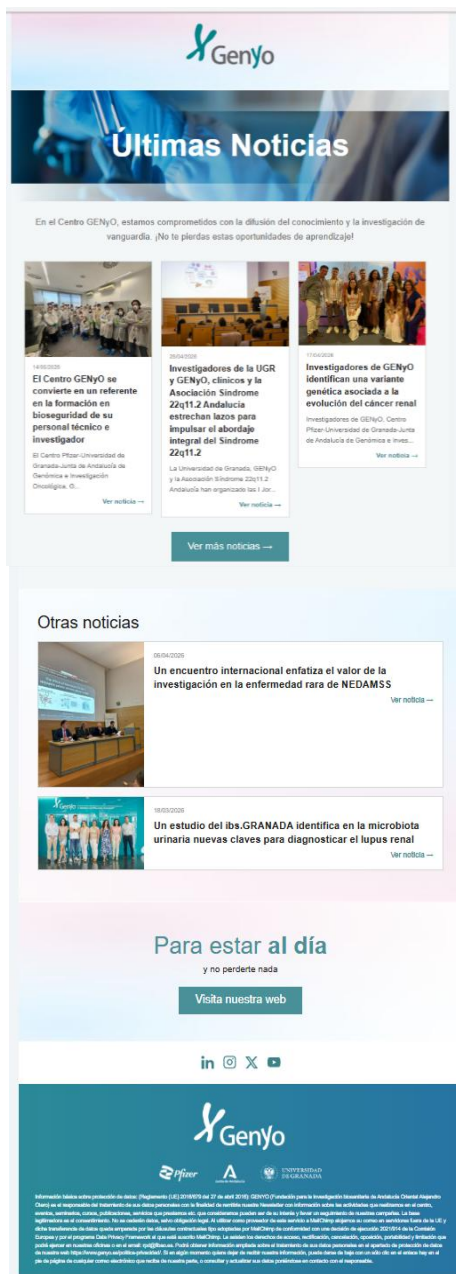


Ilustración 1. Ejemplo del boletín de noticias interno de GENYO





Próximos Eventos

En el Centro GENyO, estamos comprometidos con la difusión del conocimiento y la investigación de vanguardia. ¡No te pierdas estas oportunidades de aprendizaje!



COST ACTION GenE-HumDi Annual Meeting

Advancing Gene Editing for Human Health and Disease

BRANDU, SPAIN
MAY 26-28, 2026

THREE DAYS OF SCIENCE, COLLABORATION AND INSIGHT

DATE 26 MAY 2026

- Industry Engineering Technologies
- Industry Systems for Sequencing
- New Development Approaches
- Training & Mobility - COST Opportunities
- Regional Meetings for EU/EEA

DATE 27 MAY 2026

- Industry Systems for Data Mining
- Clinical Application of Gene Editing
- Regenerative Assets & Tissue Repair
- Sequencing & Quality Control
- Genetic Research

DATE 28 MAY 2026

- GenE-HumDi Collaborative & Network Forum
- COST Symposium

JOIN US IN BRANDU

EUROPEAN COMMISSION

COST ACTION GenE-HumDi Annual Meeting

26 May 2026, 09:00 - 28 May 2026, 18:00

 Calendar



Visita IES Cerros Infante

25 May 2026, 11:30 - 25 May 2026, 14:00

 Calendar



Testis Doctoral

“El Testis es un Punto de Encuentro entre la Endocrinología y la Reproducción”

José Manuel Sánchez Mañas: «Biology and Functional Role of Platelet- and Tumor-Derived Extracellular Vesicles in Pancreatic Cancer Progressions»

19 May 2026, 11:30 - 19 May 2026, 14:00

 Calendar



Testis Doctoral

“El Testis es un Punto de Encuentro entre la Endocrinología y la Reproducción”

Virginia Pérez: «Caracterización del urobiloma y su valor diagnóstico en el lupus renal y la infección del tracto urinario»

19 May 2026, 11:30 - 19 May 2026, 14:00

 Calendar



ENTREGA DE DIPLOMAS

Entrega oficial de diplomas: Curso básico de bioseguridad en laboratorios de investigación

15 May 2026, 12:00 - 15 May 2026, 13:00

 Calendar

Ver todos los eventos →

Para estar al día
y no perderte nada

Visita nuestra web

in @ X v





Información adicional sobre actividades de interés: [Párrafo 1 de 2] 30/05/2025 y del 27 de abril al 28/05/2025, GENyO y el centro para investigación biomédica de la Universidad Carlos III de Madrid (CCIB) se han comprometido a colaborar en la realización de actividades de formación y transferencia de conocimiento en el campo de la genómica, la biología molecular, la biología celular y la biología de sistemas. Estas actividades se desarrollarán en el marco de un convenio de colaboración que se firmará en el primer trimestre de 2026. La colaboración se centrará en la investigación de la enfermedad de Alzheimer y en la identificación de nuevos fármacos para su tratamiento. Las actividades se desarrollarán en el marco de un convenio de colaboración que se firmará en el primer trimestre de 2026. La colaboración se centrará en la investigación de la enfermedad de Alzheimer y en la identificación de nuevos fármacos para su tratamiento. Las actividades se desarrollarán en el marco de un convenio de colaboración que se firmará en el primer trimestre de 2026. La colaboración se centrará en la investigación de la enfermedad de Alzheimer y en la identificación de nuevos fármacos para su tratamiento.

Ilustración 2. Ejemplo del boletín de eventos externo de GENyO

Anexo IV

Manual de buenas prácticas de comunicación de Granada Salud

El presente anexo incorpora el Manual de buenas prácticas de comunicación de Granada Salud como documento de referencia para orientar aquellas acciones comunicativas de GENyO que se desarrollen en coordinación con el ecosistema Granada Salud o que puedan beneficiarse de su red de difusión institucional.

Este manual no constituye un documento propio elaborado por GENyO, sino una guía externa de apoyo que recoge recomendaciones sobre el envío de noticias, la difusión de eventos, el uso de hashtags, menciones, etiquetas, palabras clave y la participación en campañas conjuntas vinculadas al ámbito de la salud, la ciencia, la tecnología, la innovación y la empresa.

Su inclusión en el Plan de Comunicación Científica tiene como finalidad facilitar la coherencia entre la comunicación de GENyO y las buenas prácticas promovidas por Granada Salud, reforzar la visibilidad del centro dentro del ecosistema biomédico y tecnológico granadino, y favorecer la redifusión de contenidos por parte de entidades colaboradoras. Esta coordinación se vincula directamente con la Táctica 7.1. Coordinar la comunicación del centro con el Manual de buenas prácticas de comunicación de Granada Salud.



Ilustración 4. Manual de buenas prácticas de comunicación

Anexo V

Este anexo desarrolla un ejemplo de creación de plantillas para unificar el discurso e identidad corporativa del centro, respondiendo a la Táctica T7.2. Aplicar criterios comunes de identidad corporativa institucional.

Plantillas para redes sociales

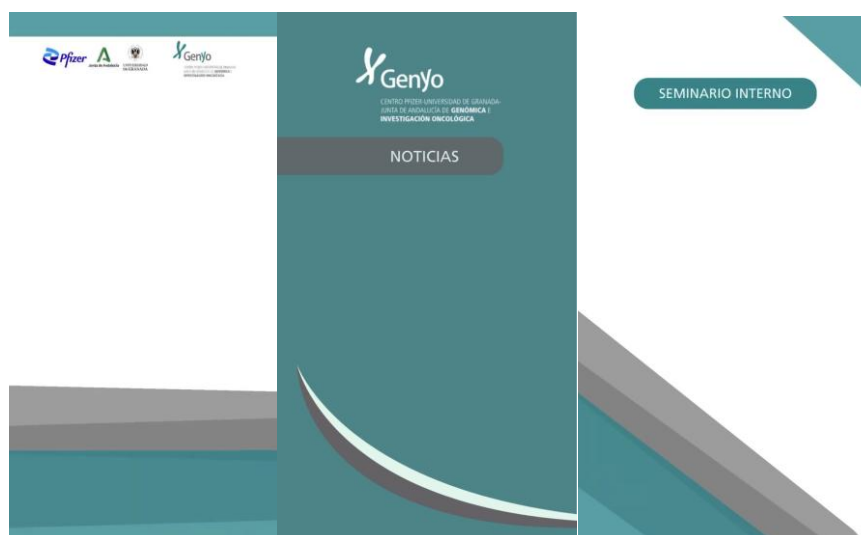


Ilustración 5. Ejemplo de plantillas para stories de Instagram

Plantillas para PPT



Ilustración 6. Ejemplo de plantilla para PowerPoint

Fondo para el escritorio

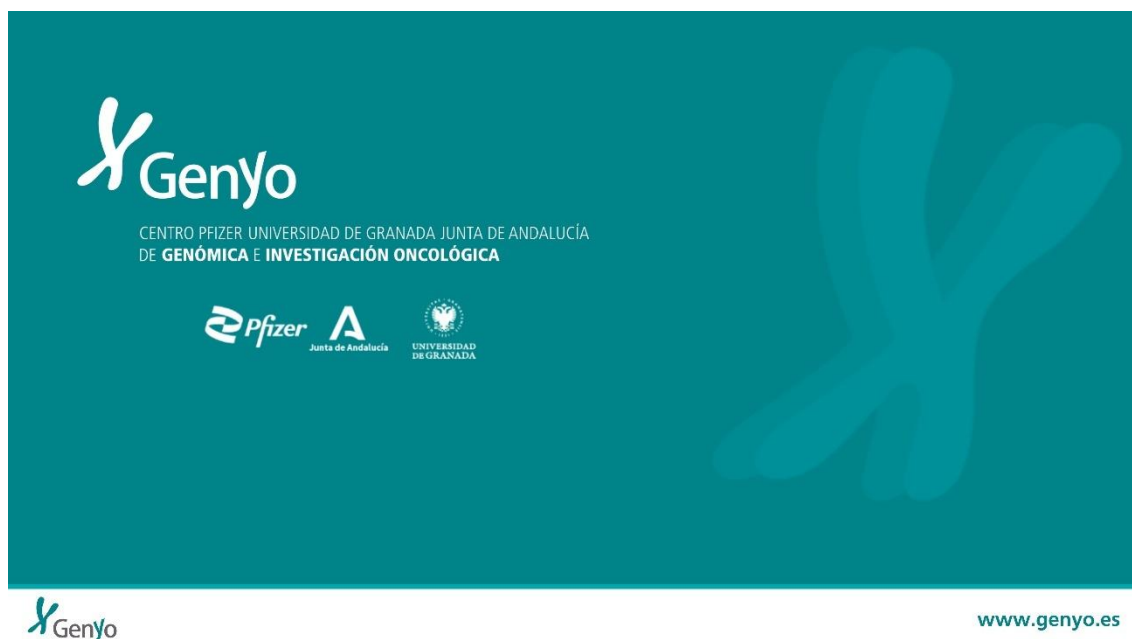


Ilustración 7. Fondo para escritorio 6000x3375

Infografía en normas de actuación

¡ATENCIÓN!

NORMAS DE ACTUACIÓN EN:

GOLPES Y CONTUSIONES



1. Ante la sospecha de una lesión importante (fractura, esguince) acudir al centro médico más próximo.
2. Aplicar frío para reducir la inflamación.

QUEMADURAS

- No romper las ampollas

1. Aplicar paños humedecidos con agua.
2. Acudir al centro médico más próximo.



HERIDAS SUPERFICIALES



1. Lavar la herida con agua con jabón.
2. Secar con gasa estéril.
3. Aplicar solución antiséptica (Povidona).
4. Cubrir la herida con apósito (gasa con esparadrapo, tirita).

- No limpiar con alcohol.
- No secar con algodón.

HERIDAS PROFUNDAS

- No utilizar alcohol.
- No utilizar solución antiséptica con colorante.
- No manipular la herida.

1. Lavar la herida con agua con jabón o aplicar gasa con agua oxigenada.
2. Acudir al centro médico más próximo.



HERIDAS QUE CONTENGAN CUERPOS EXTRAÑOS



1. No manipular la herida
2. Acudir al centro médico más cercano

HERIDAS MUY SANGRIENTAS

- No realizar torniquetes

1. No manipular la herida
2. Taponar con gasas y efectuar compresión directa
3. Acudir al centro médico más cercano



CUERPOS EXTRAÑOS EN OJOS



1. Lavar con agua limpia abundante
2. Cubrir el ojo con gasa y esparadrapo
3. Acudir al centro médico más cercano

- No manipular el cuerpo extraño
- No intentar la extracción

MANTENER EL BOTIQUÍN

- En un lugar accesible y visible
- Limpio y en buen estado de conservación
- Bien abastecido (solicite reposición)

- Retire los productos en mal estado/ caducados
- No introduzca materiales que no correspondan al contenido del botiquín (legía, detergente, medicamentos veterinarios...)



CENTRO PFIZER-UNIVERSIDAD DE GRANADA-JUNTA DE ANDALUCÍA
DE GENÓMICA E INVESTIGACIÓN ONCOLÓGICA






Ilustración 8. Infografía en prevención de riesgos laborales

Anexo VI

Calendario de seminarios internos

Este anexo desarrolla un ejemplo de creación de calendario para seminarios internos del centro, respondiendo a la Táctica T8.1. Elaborar un calendario anual de eventos.

Temporada 26-27

Fecha	Grupo
01/09/2026	Dra. M ^a Jesús Álvarez
08/09/2026	Dr. Francisco Martín
15/09/2026	Dra. Marta E. Alarcón
22/09/2026	Dra. Rosario Sánchez
29/09/2026	Dr. David Landeira
06/10/2026	Dr. José Antonio García Salcedo
13/10/2026	Dr. José Luis García Pérez
20/10/2026	Dr. Juan Carlos Rodríguez-Manzaneque
27/10/2026	Dr. Juan Sainz
03/11/2026	Dra. M ^a Jesús Álvarez
10/11/2026	Dr. Karim Benabdel Lah
17/11/2026	Dra. M ^a José Serrano
24/11/2026	Dr. Pedro Carmona
01/12/2026	Dr. Pedro Medina
12/01/2027	Dra. Vero Ramos y Dr. Pedro Real
19/01/2027	Dra. Sara R. Heras
26/01/2027	Dr. Sergio Granados
02/02/2027	Dra. M ^a Carmen Ortega
09/02/2027	Dra. M ^a Dolores Moya
16/02/2027	Dr. Francisco Martín

Fecha	Grupo
23/02/2027	Dra. Marta E. Alarcón
02/03/2027	Dra. Rosario Sánchez
09/03/2027	Dr. David Landeira
16/03/2027	Dr. José Antonio García Salcedo
30/03/2027	Dr. José Luis García Pérez
06/04/2027	Dr. Juan Carlos Rodríguez-Manzaneque
13/04/2027	Dr. Juan Sainz
20/04/2027	Dr. Karim Benabdel Lah
27/04/2027	Dra. M ^a José Serrano
04/05/2027	Dr. Pedro Carmona
11/05/2027	Dr. Pedro Medina
18/05/2027	Dra. Vero Ramos y Dr. Pedro Real
01/06/2027	Dra. Sara R. Heras
08/06/2027	Dr. Sergio Granados
15/06/2027	Dr. Francisco Martín
22/06/2027	Dra. Marta E. Alarcón
29/06/2027	Dra. Rosario Sánchez

Tabla 8. Propuesta de calendario de seminarios internos 26-27

Temporada 27-28

Fecha	Grupo
07/09/2027	Dra. Mª Jesús Álvarez
14/09/2027	Dr. Francisco Martín
21/09/2027	Dra. Marta E. Alarcón
28/09/2027	Dra. Rosario Sánchez
05/10/2027	Dr. David Landeira
12/10/2027	Dr. José Antonio García Salcedo
19/10/2027	Dr. Juan Carlos Rodríguez-Manzaneque
26/10/2027	Dr. Juan Sainz
02/11/2027	Dr. Karim Benabdel Lah
09/11/2027	Dra. Mª Jesús Álvarez
16/11/2027	Dra. Mª José Serrano
23/11/2027	Dr. Pedro Carmona
30/11/2027	Dr. Pedro Medina
11/01/2028	Dra. Vero Ramos y Dr. Pedro Real
18/01/2028	Dra. Sara R. Heras
25/01/2028	Dr. Sergio Granados
01/02/2028	Dra. Mª Carmen Ortega
08/02/2028	Dra. Mª Dolores Moya
15/02/2028	Dr. Francisco Martín
22/02/2028	Dra. Marta E. Alarcón
29/02/2028	Dra. Rosario Sánchez
07/03/2028	Dr. David Landeira
14/03/2028	Dr. José Antonio García Salcedo
21/03/2028	Dr. Juan Carlos Rodríguez-Manzaneque

Fecha	Grupo
28/03/2028	Dr. Juan Sainz
04/04/2028	Dr. Karim Benabdel Lah
18/04/2028	Dra. M ^a José Serrano
25/04/2028	Dr. Pedro Carmona
02/05/2028	Dr. Pedro Medina
09/05/2028	Dra. Vero Ramos y Dr. Pedro Real
16/05/2028	Dra. Sara R. Heras
23/05/2028	Dr. Sergio Granados
30/05/2028	Dr. Francisco Martín
06/06/2028	Dra. Marta E. Alarcón
20/06/2028	Dra. Rosario Sánchez
27/06/2028	Dr. José Luis García Pérez

Tabla 9. Propuesta de calendario de seminarios internos 27-28

Anexo VII

Calendario anual de eventos científicos, institucionales y divulgativos 26-27.

Este calendario desarrolla la Táctica 8.1. Elaborar un calendario anual de eventos, y recoge, en formato operativo por días, los principales eventos de manera orientativa.

	Seminario interno		Seminario externo
	Defensa de tesis doctoral		Visita mensual de centro educativo
	Evento divulgativo / campaña		Semana de la Ciencia
	Noche Europea de los Investigadores		Jornadas, actos o simposios científicos
	Festivo / sin actividad		

Enero 2026

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13 Seminario interno	14 Visita centro educativo	15	16	17	18
19	20 Seminario interno	21	22	23 Seminario externo	24	25
26	27 Seminario interno	28	29	30 Defensa tesis	31	

Febrero 2026

L	M		X	J	V	S	D
							1
2	3 Seminario interno	Entrega de Premios: Concurso de Fotografía Científica	4	5	6 Seminario externo	7	8
9	10 Seminario interno		11 Eventos 11F: Día de la Mujer y la Niña en la Ciencia	12	13 Jornadas Día Internacional del Cáncer Infantil	14	15
16	17 Seminario interno		18	19 Visita centro educativo	20	21	22
23	24 Seminario interno		25 Defensa tesis	26	27	28	

Marzo 2026

L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3 Seminario interno	4	5	6	7	8
9	10 Seminario interno	11	12	13	14	15
16	17 Seminario interno	18	19 Visita centro educativo	20 Seminario externo	21	22
23	24 Seminario interno	25 Defensa tesis	26	27 Jornadas NEDAMSS	28	29
30	31					

Abril 2026

L	M	X	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7 Seminario interno	8	9 Visita centro educativo	10	11	12
13	14 Seminario interno	15	16	17 Seminario externo	18	19
20	21 Seminario interno	22	23	24	25	26
27 Jornadas Síndrome 22q.11	28 Seminario interno	29 Defensa tesis	30			

Mayo 2026

L	M	X	J	V	S	D
				1	2	3
4	5 Seminario interno	6	7	8	9	10
11	12 Seminario interno	13	14	15 Visita centro educativo	16	17
18	19 Seminario interno	20	21 Seminario externo	22	23	24
25	26 Seminario interno	27 Defensa tesis	28	29	30	31

Junio 2026

L	M	X	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9 Seminario interno	10	11	12 Seminario externo	13	14
15	16 Seminario interno	17	18	19 Jornadas Broncoscopia Asma	20	21
22	23 Seminario interno	24 Defensa tesis	25 Visita centro educativo	26	27	28
29	30 Seminario interno					

Julio 2026

L	M	X	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Agosto 2026

L	M	X	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Septiembre 2026

L	M	X	J	V	S	D
	1 Seminario interno	2	3	4	5	6
7	8 Seminario interno	9	10	11	12	13
14	15 Seminario interno	16	17 Seminario externo	18 Visita centro educativo	19	20
21	22 Seminario interno	23	24	25 Noche Europea Investigadores	26	27
28	29 Seminario interno	30 Defensa tesis				

Octubre 2026

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6 Seminario interno	7	8	9 Seminario externo	10	11
12	13 Seminario interno	14	15	16 Visita centro educativo	17	18
19	20 Seminario interno	21	22	23	24	25
26	27 Seminario interno	28 Defensa tesis	29	30 Jornadas enfermedades autoinmunes	31	

Noviembre 2026

L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3 Seminario interno	4	5	6	7	8
9 Semana Ciencia: experimentos alumnos de primaria	10 Seminario interno	Semana Ciencia: Café con Ciencia	11 Semana Ciencia: visita institutos	12 Semana Ciencia: puertas abiertas	13 Semana Ciencia: visita institutos / cierre	14
16	17 Seminario interno	18	19 Visita centro educativo	20 Seminario externo	21	22
23	24 Seminario interno	25 Defensa tesis	26	27	28	29
30						

Diciembre 2026

L	M	X	J	V	S	D
	1 Seminario interno	2	3 Defensa tesis	4	5	6
7	8	9	10 Jornadas Científicas GENyO	11 Jornadas Científicas GENyO	12	13
14	15	16	17	18 Visita centro educativo	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Enero 2027

L	M	X	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12 Seminario interno	13	14	15 Visita centro educativo	16	17
18	19 Seminario interno	20	21 Seminario externo	22	23	24
25	26 Seminario interno	27 Defensa tesis	28	29 Entrega de Premios: Concurso de Fotografía Científica	30	31

Febrero 2027

L	M	X	J	V	S	D
1	2 Seminario interno	3	4	5	6	7
8	9 Seminario interno	10 11F:charla/encuentro	11 11F acto central	12 11F visita/actividad	13	14
15	16 Seminario interno	17	18 Visita centro educativo	19 Seminario externo	20	21
22	23 Seminario interno	24 Defensa tesis	25	26	27	28

Marzo 2027

L	M	X	J	V	S	D
1	2 Seminario interno	3	4	5	6	7
8	9 Seminario interno	10	11	12	13	14
15	16 Seminario interno	17	18 Seminario externo	19 Visita centro educativo	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30 Seminario interno	31 Defensa tesis				

Abril 2027

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6 Seminario interno	7	8	9 Visita centro educativo	10	11
12	13 Seminario interno	14	15	16 Seminario externo	17	18
19	20 Seminario interno	21	22	23	24	25
26	27 Seminario interno	28 Defensa tesis	29	30		

Mayo 2027

L	M	X	J	V	S	D
					1	2
3	4 Seminario interno	5	6 Defensa tesis	7 Seminario externo	8	9
10	11 Seminario interno	12	13	14	15	16
17	18 Seminario interno	19	20	21 Visita centro educativo	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Junio 2027

L	M	X	J	V	S	D
	1 Seminario interno	2	3	4	5	6
7	8 Seminario interno	9	10	11 Seminario externo	12	13
14 Visita centro educativo	15 Seminario interno	16	17	18	19	20
21	22 Seminario interno	23	24	25	26	27
28	29 Seminario interno	30 Defensa tesis				

Julio 2027

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Agosto 2027

L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Septiembre 2027

L	M	X	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7 Seminario interno	8	9	10	11	12
13	14 Seminario interno	15	16 Visita centro educativo	17 Seminario externo	18	19
20	21 Seminario interno	22	23	24 Noche Europea Investigadores	25	26
27	28 Seminario interno	29 Defensa tesis	30			

Octubre 2027

L	M	X	J	V	S	D
				1	2	3
4	5 Seminario interno	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15 Visita centro educativo	16	17
18	19 Seminario interno	20	21 Seminario externo	22	23	24
25	26 Seminario interno	27 Defensa tesis	28	29	30	31

Noviembre 2027

L	M	X	J	V	S	D
1	2 Seminario interno	3	4	5	6	7
8 Semana Ciencia: experimentos público infantil	9 Seminario interno Semana Ciencia: Café con Ciencia	10 Semana Ciencia: visita institutos	11 Semana Ciencia: puertas abiertas	12 Semana Ciencia: cierre/actividad	13	14
15	16 • Seminario interno	17	18 Seminario externo	19 Visita centro educativo	20	21
22	23 Seminario interno	24 Defensa tesis	25	26	27	28
29	30 Seminario interno					

Diciembre 2027

L	M	X	J	V	S	D
		1	2	3 Defensa tesis	4	5
6	7	8	9 Jornadas Científicas GENyO	10 Jornadas Científicas GENyO	11	12
13	14	15	16	17 Visita centro educativo	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Anexo VIII

Calendario anual de comunicaciones GENyO 2026-2027

Este calendario desarrolla la Táctica 9.1, Diseñar un calendario editorial anual, y recoge, en formato operativo por días, las principales comunicaciones previstas en función del calendario anual de eventos de GENyO.

Color	Tipo de comunicación	Ejemplos
	Boletines	Boletín informativo mensual; boletines internos y externos semanales de noticias y eventos
	Narrativa institucional	Publicaciones, logros, congresos, foros, charlas
	Promoción eventos científicos	Seminarios externos, tesis, jornadas, eventos científicos
	Divulgación y campañas anuales	11F, cáncer infantil, Día del ADN, visitas, contenidos para ciudadanía
	Empresas y transferencia	Demos, encuentros con empresas, casos de transferencia
	Web y analítica	Granada Salud, revisión web, informes de canales
	Visibilidad de entidades financiadoras y proyectos	Visibilidad de entidades financiadoras y proyectos
	Festivos/pausas	Julio, agosto, Semana Santa, Corpus, Navidad
	Actividad especial	Semana de la Ciencia, Noche Europea, Jornadas GENyO

Enero 2026

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8 BOL: Eventos interno/ex- terno BOL: Boletín informativo	9 EMP: Demo/encuentro em- presas	10	11
12 DIV: Promo visita BOL: Noticias interno/ex- terno	13 NAR: Publicaciones/logros	14 DIV: Visita instituto	15 BOL: Eventos interno/ex- terno	16 EV: Promo seminario ext. NAR: Congresos/foros/char- las	17	18
19 BOL: Noticias interno/ex- terno	20 NAR: Publicaciones/logros	21	22 BOL: Eventos interno/ex- terno	23 EV: Seminario externo	24	25
26 EV: Post seminario ext. BOL: Noticias interno/ex- terno	27 EV: Promo tesis NAR: Publicaciones/logros	28 FIN: Proyectos/finan- ciadores	29 BOL: Eventos interno/ex- terno	30 EV: Defensa tesis EV: Promo seminario ext.	31	

Febrero 2026

L	M	X	J	V	S	D
						1
2 BOL: Noticias interno/ex- terno BOL: Boletín informativo	3 NAR: Publicaciones/logros	4 DIV: Día Mundial Cáncer	5 BOL: Eventos interno/ex- terno	6 EV: Seminario externo EV: Promo jornada NAR: Con-	7	8
9 DIV: Campaña 11F EV: Post seminario ext. BOL: Noticias interno/ex- terno	10 DIV: Campaña 11F NAR: Publicaciones/logros	11 DIV: 11F Mujer y Niña DIV: Eventos 11F: Día de la Mujer y la Niña en la	12 DIV: Campaña 11F BOL: Eventos interno/ex- terno	13 DIV: Cáncer infantil DIV: Campaña 11F EV: Jornadas Día Internac- ional del Cáncer Infanti	14	15
16 EV: Post jornada BOL: Noticias interno/ex- terno	17 DIV: Promo visita NAR: Publicaciones/logros	18 EMP: Demo/encuentro em- presas	19 DIV: Visita instituto BOL: Eventos interno/ex- terno	20 EV: Promo tesis NAR: Con- gresos/foros/charlas	21	22
23 BOL: Noticias interno/ex- terno	24 NAR: Publicaciones/logros	25 EV: Defensa tesis FIN: Proyectos/finan- ciadores	26 DIV: Campaña Enf. Raras BOL: Eventos interno/ex- terno	27 DIV: Enfermedades raras DIV: Campaña Enf. Raras	28	

Marzo 2026

L	M	X	J	V	S	D
						1
2 BOL: Noticias interno/ex- terno BOL: Boletín informativo	3 NAR: Publicaciones/logros	4	5 BOL: Eventos interno/ex- terno	6 NAR: Con- gresos/foros/charlas	7	8
9 BOL: Noticias interno/ex- terno	10 NAR: Publicaciones/logros	11	12 BOL: Eventos interno/ex- terno	13 EV: Promo seminario ext. EMP: Demo/encuentro em- presas	14	15
16 BOL: Noticias interno/ex- terno	17 DIV: Promo visita NAR: Publicaciones/logros	18 EV: Promo tesis	19 DIV: Visita instituto BOL: Eventos interno/ex- terno	20 EV: Seminario externo EV: Promo jornada NAR: Con- gresos/foros/charlas	21	22
23 EV: Post seminario ext. BOL: Noticias interno/ex- terno	24 NAR: Publicaciones/logros	25 EV: Defensa tesis FIN: Proyectos/finan- ciadores	26 BOL: Eventos interno/ex- terno	27 EV: Jornadas NEDAMSS WEB: Informe canales	28	29
30	31					

Abril 2026

L	M	X	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6 EV: Post jornada BOL: Noticias interno/ex- terno	7 DIV: Día Salud DIV: Promo visita NAR: Publicaciones/logros	8	9 DIV: Visita instituto BOL: Eventos interno/ex- terno	10 EV: Promo seminario ext. EMP: Demo/encuentro em- presas	11	12
13 BOL: Noticias interno/ex- terno	14 NAR: Publicaciones/logros	15	16 BOL: Eventos interno/ex- terno	17 EV: Seminario externo NAR: Con- gresos/foros/charlas	18	19
20 EV: Post seminario ext. EV: Promo jornada BOL: Noticias interno/ex- terno	21 NAR: Publicaciones/logros	22	23 DIV: Campaña Día ADN BOL: Eventos interno/ex- terno	24 DIV: Día ADN DIV: Campaña Día ADN EV: Promo tesis	25	26
27 EV: Jornadas Síndrome 22q.11 BOL: Noticias interno/ex-	28 EV: Post jornada NAR: Publicaciones/logros	29 EV: Defensa tesis FIN: Proyectos/finan- ciadores	30 BOL: Eventos interno/ex- terno			

Mayo 2026

L	M	X	J	V	S	D
				1	2	3
4 BOL: Noticias interno/ex- terno BOL: Boletín informativo	5 NAR: Publicaciones/logros	6	7 BOL: Eventos interno/ex- terno	8 EMP: Demo/encuentro em- presas	9	10
11 BOL: Noticias interno/ex- terno	12 NAR: Publicaciones/logros	13 DIV: Promo visita	14 EV: Promo seminario ext. BOL: Eventos interno/ex- terno	15 DIV: Visita instituto NAR: Con- gresos/foros/charlas	16	17
18 BOL: Noticias interno/ex- terno	19 NAR: Publicaciones/logros	20 DIV: Día Ensayos Clínicos	21 EV: Seminario externo BOL: Eventos interno/ex- terno	22 EV: Post seminario ext. EV: Promo tesis	23	24
25 BOL: Noticias interno/ex- terno	26 NAR: Publicaciones/logros	27 EV: Defensa tesis FIN: Proyectos/finan- ciadores	28 BOL: Eventos interno/ex- terno	29	30	31

Junio 2026

L	M	X	J	V	S	D
1 BOL: Noticias interno/ex- terno BOL: Boletín informativo	2 NAR: Publicaciones/logros	3	4 PAUSA: Corpus	5 EV: Promo seminario ext. NAR: Con- gresos/foros/charlas	6	7
8 BOL: Noticias interno/ex- terno	9 NAR: Publicaciones/logros	10	11 BOL: Eventos interno/ex- terno	12 EV: Seminario externo EV: Promo jornada EMP: Demo/encuentro em-	13	14
15 EV: Post seminario ext. BOL: Noticias interno/ex- terno	16 NAR: Publicaciones/logros	17 EV: Promo tesis	18 BOL: Eventos interno/ex- terno	19 EV: Jornadas Broncoscopia Asma	20	21
22 EV: Post jornada BOL: Noticias interno/ex- terno	23 DIV: Promo visita NAR: Publicaciones/logros	24 EV: Defensa tesis FIN: Proyectos/finan- ciadores	25 DIV: Visita instituto BOL: Eventos interno/ex- terno	26 WEB: Revisión web	27	28
29 BOL: Noticias interno/ex- terno	30 NAR: Publicaciones/logros					

Julio 2026

L	M	X	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Agosto 2026

L	M	X	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Septiembre 2026

L	M	X	J	V	S	D
	1 WEB: Enviar a Granada Salud BOL: Boletín informativo NAR: Publicaciones/logros	2	3 BOL: Eventos interno/ex-terno	4 NAR: Con-gresos/foros/charlas	5	6
7 BOL: Noticias interno/ex-terno	8 NAR: Publicaciones/logros	9	10 EV: Promo seminario ext. BOL: Eventos interno/ex-terno	11 EMP: Demo/encuentro em-presas	12	13
14 BOL: Noticias interno/ex-terno	15 NAR: Publicaciones/logros	16 DIV: Promo visita	17 EV: Seminario externo BOL: Eventos interno/ex-terno	18 DIV: Visita instituto EV: Post seminario ext. NAR: Con-gresos/foros/charlas	19	20
21 ESP: Promo Noche Europea BOL: Noticias interno/ex-terno	22 NAR: Publicaciones/logros	23	24 DIV: Día Inv. Cáncer BOL: Eventos interno/ex-terno	25 ESP: Noche Europea EV: Promo tesis WEB: Informe canales	26	27
28 BOL: Noticias interno/ex-terno	29 NAR: Publicaciones/logros	30 EV: Defensa tesis FIN: Proyectos/finan-ciadores				

Octubre 2026

L	M	X	J	V	S	D
			1 BOL: Eventos interno/ex- terno BOL: Boletín informativo	2 EV: Promo seminario ext. NAR: Con- gresos/foros/charlas	3	4
5 BOL: Noticias interno/ex- terno	6 NAR: Publicaciones/logros	7	8 BOL: Eventos interno/ex- terno	9 EV: Seminario externo EMP: Demo/encuentro em- presas	10	11
12	13 EV: Post seminario ext. NAR: Publicaciones/logros	14 DIV: Promo visita	15 BOL: Eventos interno/ex- terno	16 DIV: Visita instituto NAR: Con- gresos/foros/charlas	17	18
19 DIV: Cáncer de mama BOL: Noticias interno/ex- terno	20 NAR: Publicaciones/logros	21	22 BOL: Eventos interno/ex- terno	23 EV: Promo tesis EV: Promo jornada	24	25
26 BOL: Noticias interno/ex- terno	27 NAR: Publicaciones/logros	28 EV: Defensa tesis FIN: Proyectos/finan- ciadores	29 BOL: Eventos interno/ex- terno	30 EV: Jornadas enfermedades autoinmunes	31	

Noviembre 2026

L	M	X	J	V	S	D
						1
2 EV: Post jornada BOL: Noticias interno/ex- terno BOL: Boletín informativo	3 NAR: Publicaciones/logros	4	5 BOL: Eventos interno/ex- terno	6 NAR: Con- gresos/foros/charlas	7	8
9 ESP: Semana Ciencia: ex- perimentos alumnos de pri- maria DIV: Promo visita BOL: Noticias interno/ex-	10 NAR: Publicaciones/logros	11 DIV: Visita instituto DIV: Promo visita	12 ESP: Semana Ciencia: puer- tas abiertas BOL: Eventos interno/ex- terno	13 DIV: Visita instituto EV: Promo seminario ext. EMP: Demo/encuentro em- presas	14	15
16 BOL: Noticias interno/ex- terno	17 DIV: Promo visita NAR: Publicaciones/logros	18	19 DIV: Visita instituto BOL: Eventos interno/ex- terno	20 EV: Seminario externo EV: Promo tesis NAR: Con- gresos/foros/charlas	21	22
23 EV: Post seminario ext. BOL: Noticias interno/ex- terno	24 NAR: Publicaciones/logros	25 EV: Defensa tesis FIN: Proyectos/finan- ciadores	26 BOL: Eventos interno/ex- terno	27	28	29
30 EV: Promo tesis BOL: Noticias interno/ex- terno						

Diciembre 2026

L	M	X	J	V	S	D
	1 WEB: Actualizar BOL: Boletín informativo NAR: Publicaciones/logros	2	3 EV: Defensa tesis EV: Promo Jornadas GENyO BOL: Eventos interno/ex- terno	4 EV: Promo Jornadas GENyO NAR: Con- gresos/foros/charlas	5	6
7 BOL: Noticias interno/ex- terno	8 PAUSA: Inmaculada	9	10 ESP: Jornadas GENyO BOL: Eventos interno/ex- terno	11 ESP: Post Jornadas ESP: Jornadas GENyO EMP: Demo/encuentro em- presas	12	13
14 ESP: Post Jornadas BOL: Noticias interno/ex- terno	15 NAR: Publicaciones/logros	16 DIV: Promo visita	17 BOL: Eventos interno/ex- terno	18 DIV: Visita instituto WEB: Revisión web FIN: Proyectos/finan- ciadores NAR: Con-	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Enero 2027

L	M	X	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8 EMP: Demo/encuentro em- presas BOL: Boletín informativo	9	10
11 BOL: Noticias interno/ex- terno	12 NAR: Publicaciones/logros	13 DIV: Promo visita	14 EV: Promo seminario ext. BOL: Eventos interno/ex- terno	15 DIV: Visita instituto NAR: Con- gresos/foros/charlas	16	17
18 BOL: Noticias interno/ex- terno	19 NAR: Publicaciones/logros	20	21 EV: Seminario externo BOL: Eventos interno/ex- terno	22 EV: Post seminario ext. EV: Promo tesis	23	24
25 BOL: Noticias interno/ex- terno	26 NAR: Publicaciones/logros	27 EV: Defensa tesis FIN: Proyectos/finan- ciadores	28 BOL: Eventos interno/ex- terno	29 NAR: Entrega de Premios: Concurso de Fotografía Científica	30	31

Febrero 2027

L	M	X	J	V	S	D
1 BOL: Noticias interno/ex- terno BOL: Boletín informativo	2 NAR: Publicaciones/logros	3	4 DIV: Día Mundial Cáncer BOL: Eventos interno/ex- terno	5 NAR: Con- gresos/foros/charlas	6	7
8 BOL: Noticias interno/ex- terno	9 DIV: Campaña 11F NAR: Publicaciones/logros	10 DIV: Campaña 11F	11 DIV: 11F Mujer y Niña DIV: 11F acto central BOL: Eventos interno/ex- terno NAR: F:charla/encuentro	12 DIV: Campaña 11F DIV: 11F visita/actividad EV: Promo seminario ext. EMP: Demo/encuentro em- presas	13	14
15 DIV: Cáncer infantil BOL: Noticias interno/ex- terno	16 DIV: Promo visita NAR: Publicaciones/logros	17	18 DIV: Visita instituto BOL: Eventos interno/ex- terno	19 EV: Seminario externo EV: Promo tesis NAR: Con- gresos/foros/charlas	20	21
22 EV: Post seminario ext. BOL: Noticias interno/ex- terno	23 NAR: Publicaciones/logros	24 EV: Defensa tesis FIN: Proyectos/finan- ciadores	25 BOL: Eventos interno/ex- terno	26 DIV: Enfermedades raras DIV: Campaña Enf. Raras	27	28

Marzo 2027

L	M	X	J	V	S	D
1 BOL: Noticias interno/ex- terno BOL: Boletín informativo	2 NAR: Publicaciones/logros	3	4 BOL: Eventos interno/ex- terno	5 NAR: Con- gresos/foros/charlas	6	7
8 BOL: Noticias interno/ex- terno	9 NAR: Publicaciones/logros	10	11 EV: Promo seminario ext. BOL: Eventos interno/ex- terno	12 EMP: Demo/encuentro em- presas	13	14
15 BOL: Noticias interno/ex- terno	16 NAR: Publicaciones/logros	17 DIV: Promo visita	18 EV: Seminario externo BOL: Eventos interno/ex- terno	19 DIV: Visita instituto EV: Post seminario ext. EV: Promo tesis NAR: Con- gresos/foros/charlas	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29 BOL: Noticias interno/ex- terno	30 NAR: Publicaciones/logros	31 EV: Defensa tesis FIN: Proyectos/finan- ciadores				

Abril 2027

L	M	X	J	V	S	D
			1 BOL: Eventos interno/ex- terno BOL: Boletín informativo	2 NAR: Con- gresos/foros/charlas	3	4
5 BOL: Noticias interno/ex- terno	6 NAR: Publicaciones/logros	7 DIV: Día Salud DIV: Promo visita	8 BOL: Eventos interno/ex- terno	9 DIV: Visita instituto EV: Promo seminario ext. EMP: Demo/encuentro em- presas	10	11
12 BOL: Noticias interno/ex- terno	13 NAR: Publicaciones/logros	14	15 BOL: Eventos interno/ex- terno	16 EV: Seminario externo NAR: Con- gresos/foros/charlas	17	18
19 EV: Post seminario ext. BOL: Noticias interno/ex- terno	20 NAR: Publicaciones/logros	21	22 BOL: Eventos interno/ex- terno	23 DIV: Día ADN DIV: Campaña Día ADN EV: Promo tesis	24	25
26 BOL: Noticias interno/ex- terno	27 NAR: Publicaciones/logros	28 EV: Defensa tesis FIN: Proyectos/finan- ciadores	29 BOL: Eventos interno/ex- terno	30 EV: Promo seminario ext.		

Mayo 2027

L	M	X	J	V	S	D
					1	2
3 EV: Promo tesis BOL: Noticias interno/ex- terno BOL: Boletín informativo	4 NAR: Publicaciones/logros	5	6 EV: Defensa tesis BOL: Eventos interno/ex- terno	7 EV: Seminario externo NAR: Con- gresos/foros/charlas	8	9
10 EV: Post seminario ext. BOL: Noticias interno/ex- terno	11 NAR: Publicaciones/logros	12	13 BOL: Eventos interno/ex- terno	14 EMP: Demo/encuentro em- presas	15	16
17 BOL: Noticias interno/ex- terno	18 NAR: Publicaciones/logros	19 DIV: Promo visita	20 DIV: Día Ensayos Clínicos BOL: Eventos interno/ex- terno	21 DIV: Visita instituto NAR: Con- gresos/foros/charlas	22	23
24 BOL: Noticias interno/ex- terno	25 NAR: Publicaciones/logros	26 Proyectos/financiadores	27	28	29	30
31 BOL: Noticias interno/ex- terno						

Junio 2027

L	M	X	J	V	S	D
	1 WEB: actualización BOL: Boletín informativo NAR: Publicaciones/logros	2	3 BOL: Eventos interno/ex- terno	4 EV: Promo seminario ext. NAR: Con- gresos/foros/charlas	5	6
7 BOL: Noticias interno/ex- terno	8 NAR: Publicaciones/logros	9	10 BOL: Eventos interno/ex- terno	11 DIV: Promo visita EV: Seminario externo EMP: Demo/encuentro em-	12	13
14 DIV: Visita instituto EV: Post seminario ext. BOL: Noticias interno/ex-	15 NAR: Publicaciones/logros	16	17 BOL: Eventos interno/ex- terno	18 NAR: Con- gresos/foros/charlas	19	20
21 BOL: Noticias interno/ex- terno	22 NAR: Publicaciones/logros	23	24 BOL: Eventos interno/ex- terno	25 EV: Promo tesis WEB: Revisión web	26	27
28 BOL: Noticias interno/ex- terno	29 NAR: Publicaciones/logros	30 EV: Defensa tesis FIN: Proyectos/finan- ciadores				

Julio 2027

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Agosto 2027

L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Septiembre 2027

L	M	X	J	V	S	D
		1 BOL: Boletín informativo	2 BOL: Eventos interno/ex- terno	3 NAR: Con- gresos/foros/charlas	4	5
6 BOL: Noticias interno/ex- terno	7 NAR: Publicaciones/logros	8	9 BOL: Eventos interno/ex- terno	10 EV: Promo seminario ext. EMP: Demo/encuentro em- presas	11	12
13 BOL: Noticias interno/ex- terno	14 DIV: Promo visita NAR: Publicaciones/logros	15	16 DIV: Visita instituto BOL: Eventos interno/ex- terno	17 EV: Seminario externo NAR: Con- gresos/foros/charlas	18	19
20 ESP: Promo Noche Europea EV: Post seminario ext. BOL: Noticias interno/ex- terno	21 NAR: Publicaciones/logros	22	23 BOL: Eventos interno/ex- terno	24 ESP: Noche Europea DIV: Día Inv. Cáncer EV: Promo tesis	25	26
27 BOL: Noticias interno/ex- terno	28 NAR: Publicaciones/logros	29 EV: Defensa tesis FIN: Proyectos/finan- ciadores	30 BOL: Eventos interno/ex- terno			

Octubre 2027

L	M	X	J	V	S	D
				1 BOL: Boletín informativo NAR: Con- gresos/foros/charlas	2	3
4 BOL: Noticias interno/ex- terno	5 NAR: Publicaciones/logros	6	7 BOL: Eventos interno/ex- terno	8 EMP: Demo/encuentro em- presas	9	10
11 BOL: Noticias interno/ex- terno	12	13 DIV: Promo visita	14 EV: Promo seminario ext. BOL: Eventos interno/ex- terno	15 DIV: Visita instituto NAR: Con- gresos/foros/charlas	16	17
18 BOL: Noticias interno/ex- terno	19 DIV: Cáncer de mama NAR: Publicaciones/logros	20	21 EV: Seminario externo BOL: Eventos interno/ex- terno	22 EV: Post seminario ext. EV: Promo tesis	23	24
25 BOL: Noticias interno/ex- terno	26 NAR: Publicaciones/logros	27 EV: Defensa tesis FIN: Proyectos/finan- ciadores	28 BOL: Eventos interno/ex- terno	29	30	31

Noviembre 2027

L	M	X	J	V	S	D
1	2 BOL: Boletín informativo NAR: Publicaciones/logros	3	4 BOL: Eventos interno/ex- terno	5 NAR: Con- gresos/foros/charlas	6	7
8 ESP: Semana Ciencia: ex- perimentos público infantil DIV: Promo visita BOL: Noticias interno/ex- terno	9 ESP: Seminario interno Semana Ciencia: Café con Ciencia NAR: Publicaciones/logros	10 DIV: Visita instituto	11 ESP: Semana Ciencia: puer- tas abiertas EV: Promo seminario ext. BOL: Eventos interno/ex- terno	12 ESP: Semana Ciencia: cierre/actividad EMP: Demo/encuentro em- presas	13	14
15 BOL: Noticias interno/ex- terno	16 NAR: Publicaciones/logros	17 DIV: Promo visita	18 EV: Seminario externo BOL: Eventos interno/ex- terno	19 DIV: Visita instituto EV: Post seminario ext. EV: Promo tesis NAR: Con- gresos/foros/charlas	20	21
22 BOL: Noticias interno/ex- terno	23 NAR: Publicaciones/logros	24 EV: Defensa tesis FIN: Proyectos/finan- ciadores	25 BOL: Eventos interno/ex- terno	26	27	28
29 BOL: Noticias interno/ex- terno	30 EV: Promo tesis NAR: Publicaciones/logros					

Diciembre 2027

L	M	X	J	V	S	D
		1 BOL: Boletín informativo	2 EV: Promo Jornadas GENyO BOL: Eventos interno/ex-terno	3 EV: Defensa tesis EV: Promo Jornadas GENyO NAR: Con-	4	5
6	7 NAR: Publicaciones/logros	8	9 ESP: Jornadas GENyO BOL: Eventos interno/ex-terno	10 ESP: Post Jornadas ESP: Jornadas GENyO EMP: Demo/encuentro em-presas	11	12
13 ESP: Post Jornadas BOL: Noticias interno/ex-terno	14 NAR: Publicaciones/logros	15 DIV: Promo visita	16 BOL: Eventos interno/ex-terno	17 DIV: Visita instituto WEB: Revisión web NAR: Con-gresos/foros/charlas	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		