



PLAN INTEGRAL DE COMUNICACIÓN

ASOCIACIÓN NACIONAL DE DIRECTIVOS DE ENFERMERÍA

Resumen ejecutivo

Febrero de 2019

ANDE

Asociación Nacional
de Directivos de Enfermería

PLAN INTEGRAL DE COMUNICACIÓN

ASOCIACIÓN NACIONAL DE DIRECTIVOS DE ENFERMERÍA (ANDE)

Resumen Ejecutivo

La Asociación Nacional de Directivos de Enfermería (ANDE) con el objetivo de llegar más y mejor a sus públicos, inicia una etapa de trabajo para la mejora de su comunicación tanto interna como externa.

El presente documento recoge y sintetiza un Plan Integral de Comunicación, subrayando aspectos fundamentales acordados como prioritarios. Al mismo tiempo, el propio plan se publica como acto de transparencia a la comunidad, profesión y sociedad en general.

ANDE orientará las actuaciones y los esfuerzos que estén a su alcance para el desarrollo y resultados de este Plan de Comunicación.

1. ANDE CAMINA HACIA EL FUTURO

La **misión** de la Asociación es **conformar y mantener un foro plural de encuentro, reflexión y opinión en el actual contexto sanitario y social**, ámbitos en los que las enfermeras gestoras son consideradas profesionales que deben liderar los cuidados enfermeros en las organizaciones del presente y del futuro. La organización se conforma como un **grupo de interés profesional al servicio de las enfermeras que ejercen funciones directivas vinculadas al quehacer enfermero**, que son líderes de cuidados o que están interesadas en el ejercicio del liderazgo en las organizaciones.

A lo largo de su historia, ANDE mantiene como **líneas de actuación** prioritarias:

- Ejercer la representación de los directivos de Enfermería ante las entidades públicas y privadas de los sectores sanitarios y sociosanitarios.
- Fomentar la investigación en áreas que permitan desarrollar mejor las funciones de los directivos de Enfermería.

- Organizar eventos para compartir experiencias de gestión, como son Jornadas de Debate en diferentes Comunidades Autónomas, las Jornadas de Enfermeras Gestoras y el Congreso Nacional de Hospitales.
- Promover la puesta en marcha de vías de comunicación y herramientas para compartir conocimientos entre las enfermeras gestoras.

2. LÍNEAS DE ACTUACIÓN COMUNICACIONALES

Tomando en cuenta las prioridades establecidas por la Junta Directiva y las vocalías de ANDE, el Plan de Comunicación recoge tres líneas de actuación prioritarias.

2.1. Aumentar la reputación de ANDE como entidad representativa de los directivos de Enfermería y de las enfermeras gestoras en general.

La comunicación puede facilitar un mayor reconocimiento de ANDE por parte de los diferentes actores protagonistas de los sistemas sanitario y de servicios sociales. Las diferentes herramientas y productos de comunicación a ejecutarse en el Plan de Comunicación tendrán como objetivos destacar las señas de identidad de la organización, darles visibilidad y poner en valor las diferentes actuaciones que ya se realizan de forma autónoma o en conjunto con otras entidades públicas y privadas.

2.2. Poner en valor la red de enfermeras gestoras que conforma ANDE.

- Mantener relaciones fluidas con sus asociados que permitan atender, en la medida de lo posible, las necesidades y expectativas de las enfermeras gestoras.
- Continuar promoviendo su participación en los distintos niveles de toma de decisiones estratégicas de los ámbitos sanitario y de los servicios sociales.
- Seguir ofreciendo recursos que faciliten la labor de las enfermeras gestoras en los diferentes niveles y espacios de actuación.
- Dar mayor visibilidad en el ámbito socio-sanitario a las acciones desarrolladas por la Junta Directiva poniendo en valor sus actuaciones.

2.3. Fortalecer la comunicación corporativa a través de una gestión profesional y sistemática.


La amplia implantación territorial de ANDE y su reputación como organización representativa de los directivos de Enfermería son dos valores que conceden a la asociación un gran potencial informativo, que puede potenciarse con una gestión estratégica y continuada de la comunicación.


Esta línea de actuación contempla dos facetas complementarias:

- La gestión de los medios y acciones de comunicación propios (web corporativa, redes sociales, boletín, publicaciones, eventos).
- La construcción de relaciones fluidas con los medios de comunicación tradicionales y digitales, tanto a los de ámbito nacional y regional como a los propios del ámbito profesional de la Enfermería.



3. CÓMO QUEREMOS SER RECONOCIDOS POR LOS DIFERENTES PÚBLICOS

Uno de los aspectos fundamentales de este Plan de Comunicación es la definición de los públicos o grupos de interés con los que la Asociación quiere mantener relaciones fluidas y sólidas. Para ello, este documento busca dar respuesta a dos preguntas:

¿Cómo quiere ser reconocida ANDE por cada público? ⇒ Objetivos de reputación organizativa (OR) 


¿Qué tenemos que hacer en materia de comunicación para conseguir el reconocimiento deseado por parte de cada público objetivo? ⇒ Objetivos comunicacionales (OC) 


Público 1: Asociados

 Ser reconocida como una organización que representa de manera eficaz los intereses de los directivos de Enfermería y que ofrece recursos para la mejora de la  labor que desarrollan las enfermeras gestoras.


Establecer mecanismos de comunicación para mantener informados a los asociados sobre las acciones desarrolladas por ANDE, promoviendo su participación activa a través de los medios de comunicación digitales y en los eventos propios.


Público 2: Enfermeras y otras organizaciones representativas de la profesión

 Ser reconocida como una entidad aliada en la defensa de los intereses, competencias y derechos de las enfermeras gestoras.


 Desarrollar una estrategia proactiva de comunicación para consolidar relaciones y aumentar la visibilidad de ANDE en el colectivo enfermero, a través de medios digitales y de una mayor presencia en los medios de comunicación especializados.


Público 3: Gestores públicos y decisores políticos

 Ser reconocida como un interlocutor que promueve y defiende la integración de los profesionales de la Enfermería en los niveles de toma de decisión en los sistemas sanitario y de servicios sociales.


 Ampliar los canales de comunicación con cargos políticos y gestores de entidades públicas, para dar una mayor visibilidad a las actuaciones desarrolladas por ANDE en materia de desarrollo de competencias enfermeras para la mejora de la gestión y la calidad asistencial.


Público 4: Sociedades científicas, colegios profesionales y otras organizaciones de los ámbitos sanitario y de los servicios sociales.

 Ser reconocida como una entidad que promueve la mejora en la gestión y la calidad asistencial a través de la colaboración y el trabajo multidisciplinar de los profesionales de las distintas disciplinas socio-sanitarias.


 Desarrollar una estrategia proactiva de comunicación con las organizaciones profesionales de los ámbitos sanitario y de los servicios sociales, para construir sinergias que permitan aumentar la presencia activa de ANDE y fortalecer los vínculos.


Público 5: Universidades y centros de formación

 Ser reconocida como una aliada estratégica con capacidad para integrarse en equipos de formación sobre gestión sanitaria y generar en conjunto nuevas ofertas formativas para los directivos de Enfermería.

 Aumentar la visibilidad de las acciones formativas desarrolladas por ANDE, para fortalecer su reputación como expertos en la gestión enfermera.

Público 6: Medios de comunicación especializados

 Ser reconocida como una voz confiable, solvente y autorizada en materia de gestión sanitaria, con capacidad representativa en el ámbito de la Enfermería y una perspectiva propia sobre los aportes de las enfermeras gestoras en la mejora en la gestión de los sistemas sanitario y de servicios sociales.

 Establecer relaciones fluidas y permanentes con los medios de comunicación especializados, a través de un Área de Comunicación que produzca contenidos noticiables y canalice de forma profesional las demandas informativas de los medios.

4. EJES DISCURSIVOS Y TEMÁTICOS

ANDE tiene asociados una serie de valores que deben tener un lugar de privilegio en su comunicación.

- **Conocimientos sobre la gestión sanitaria**, basada en la trayectoria y experiencia de sus miembros.
- **Liderazgo en la investigación en gestión enfermera**, basado en el compromiso con el conocimiento, la innovación, y el carácter científico de las buenas prácticas profesionales.
- **Representación en todas las comunidades autónomas**, con una red de vocalías territoriales que recoge las necesidades y prioridades de las diferentes zonas de España.
- **Coherencia y moderación**. ANDE es una organización moderada que busca, prioritariamente, posiciones de acuerdo o consenso.
- **Diálogo y colaboración con los otros actores en los ámbitos sanitario y de los servicios sociales**, con aportaciones desde las competencias específicas en el marco de objetivos comunes.

Además de esos valores corporativos, el Plan de Comunicación reforzará los siguientes **ejes discursivos**:

- **El valor diferencial del concepto “enfermeras gestoras”**. Si el concepto de “directivos” incluido en el nombre de ANDE sitúa a las enfermeras en el marco de las competencias gerenciales y de toma de decisiones, el concepto de “enfermeras gestoras” le ofrece un valor diferencial, de mucha utilidad para el posicionamiento e identidad en el ámbito digital.
- **La presencia activa de las enfermeras gestoras en la toma de decisiones**. La meta es la incorporación creciente de puestos gerenciales en hospitales de media y larga estancia, en residencias para personas mayores o en cualquier organización que preste a la población servicios sociales y sanitarios. Se focalizará el discurso en aquellas competencias específicas propias de los directivos de Enfermería como parte de un equipo directivo.

- **La profesionalización de la gestión sanitaria.** Los directivos de salud, y entre ellos los de Enfermería, necesitan desarrollar competencias y habilidades específicas para la mejora de la gestión y la calidad asistencial.
- **Las especificidades de los ámbitos sanitario y de los servicios sociales.** Siendo ámbitos complementarios y muy relacionados, hay que trabajar en los valores diferenciados de la labor de las enfermeras gestoras en uno y otro ámbito.

5. OBJETIVOS

Los objetivos y los ejes discursivos se concretan en un conjunto de recursos, productos y acciones de comunicación.

5. 1. Grupo de Comunicación de ANDE	Objetivo: Coordinar desde la Junta Directiva la implementación del Plan de Comunicación con los profesionales encargados de la ejecución, evaluarlo periódicamente y proponer cuantas acciones de mejora consideren oportunas.
5. 2. Comunicación interna	Objetivo: Aumentar y mejorar la comunicación interna con las enfermeras asociadas, aprovechando las oportunidades que ofrece el mundo digital.
5.3. Web corporativa de ANDE	Objetivo: Procurar la actualización continua de la web y desarrollar acciones para la utilización del enorme potencial que ofrece una web moderna y visualmente atractiva.
5.4. Relaciones institucionales	Objetivo: Consolidar y ampliar los canales de comunicación y las relaciones institucionales con otras entidades públicas y privadas, para promover a ANDE como referente profesional.
5.5. Relaciones con medios de comunicación	Objetivo: Establecer relaciones fluidas y permanentes con los medios de comunicación especializados, produciendo contenidos noticiables y canalizando de forma profesional los requerimientos realizados por esos medios.
5.6. Gestión de redes sociales	Objetivo: Establecer una gestión sistemática y proactiva de las redes sociales de ANDE, potenciando las vías de comunicación abierta y abriendo otros canales.
5.7. Newsletter corporativo	Objetivo: Mejorar la publicación digital informativa distribuida periódicamente a través del correo electrónico, como herramienta de comunicación propia que permita a ANDE dar un servicio informativo y difundir noticias de actualidad a su público interno.
5.8. Eventos corporativos	Objetivo: Obtener un mayor impacto y rentabilidad comunicativa para ANDE de los diferentes eventos nacionales y regionales que realiza.
5.9. Publicaciones	Objetivo: Dar visibilidad a las publicaciones de ANDE, como la Revista Tesela, la memoria corporativa y documentos elaborados de forma autónoma o en colaboración con otras entidades.

6. CRONOGRAMA

Cronograma para los diferentes trimestres de los años 2019 y 2020.

	2019				2020			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
Grupo de Comunicación ANDE								
Elaboración y aprobación del Plan de Comunicación	■							
Garantizar el uso normalizado del Manual de Identidad Visual	■	■	■	■				
Trabajar en la sistematización de los procesos	■	■	■	■				
Seguimiento, desarrollo y evaluación					■	■	■	■
Comunicación interna								
Envío boletín de noticias a los asociados	■	■	■	■	■	■	■	■
Revisar protocolos de relaciones con asociados			■				■	
Sistematizar registro de datos y acciones de Jornadas anuales				■				
Web corporativa								
Actualización continua web ANDE y dar presencia a noticias de vocalías	■	■	■	■	■	■	■	■
Desarrollar materiales descriptivos sobre uso de adecuado de web y RedANDE				■				
Relaciones institucionales								
Desarrollar relaciones institucionales de colaboración	■	■	■	■	■	■	■	■
Establecer relaciones con sociedades científicas	■	■	■	■	■	■	■	■
Establecer relaciones con asociaciones internacionales	■	■	■	■	■	■	■	■
Relaciones con los medios de comunicación								
Sistematizar generación de noticias dando visibilidad a actividades y eventos	■	■	■	■	■	■	■	■
Realizar contactos de forma sistemática con medios especializados	■	■	■	■	■	■	■	■
Gestión de Redes Sociales								
Definir estrategia de cuentas corporativas en redes sociales		■						
Gestión planificada de perfiles y cuentas en redes sociales	■	■	■	■	■	■	■	■
Realizar evaluaciones semestrales del rendimiento en redes		■		■		■		■
Newsletter corporativa								
Aplicar plantilla y pautas del manual de identidad		■	■	■	■	■	■	■
Diseñar las plantillas para envío del boletín, siguiendo las directrices del Manual de Identidad Visual de ANDE.		■	■	■	■	■	■	■
Elaborar y enviar de forma bimestral la newsletter corporativa.		■	■	■	■	■	■	■
Eventos corporativos								
Incorporar "Referente de Comunicación" en eventos corporativos	■							
Sistematizar cobertura comunicativa de eventos propios	■	■	■	■	■	■	■	■
Publicaciones								
Revista Tesela. Promover noticias e <i>inputs</i> informativos de artículos	■	■	■	■	■	■	■	■
Memoria corporativa. Elaborar documento ejecutivo de memoria anual	■				■			
Documentos propios. Sistematizar diseño del manual de imagen corporativa	■	■						

PLAN INTEGRAL DE COMUNICACIÓN DE ANDE

ASOCIACIÓN NACIONAL DE DIRECTIVOS DE ENFERMERÍA

Elabora Comunideas. Consultoría Artesana en Comunicación

Publica: ANDE - Asociación Nacional de Directivos de Enfermería.

Madrid, febrero 2019

