



Memòria anual 2025

Departament de Comunicació



Hospital General de Granollers

Hospital Universitari

Fundació Privada Hospital Asil de Granollers

Índex

Memòria anual 2025

Presentació 1	Comunicació externa 2	Comunicació interna 3
Secretaries Tècniques de Jornades i Congressos 4	Patrocini, mecenatge i col·laboració 5	Producció de continguts 6
Retolació 7	Relacions Institucionals 8	

1

Presentació

La línia estratègica del departament de Comunicació dels pròxims anys s'emmarca dins del Pla Estratègic **"Salut Plus"** de l'hospital i contempla la humanització i el prestigi de la marca a través d'una **comunicació clara, transparent i inclusiva**, que reforci el compromís, sentiment de pertinença i orgull en el territori.



2

Comunicació externa

- 2.1 Xarxes socials
- 2.2 Mitjans de comunicació
- 2.3 Web corporativa
- 2.4 Memòria corporativa
- 2.5 Blog



2. Comunicació externa

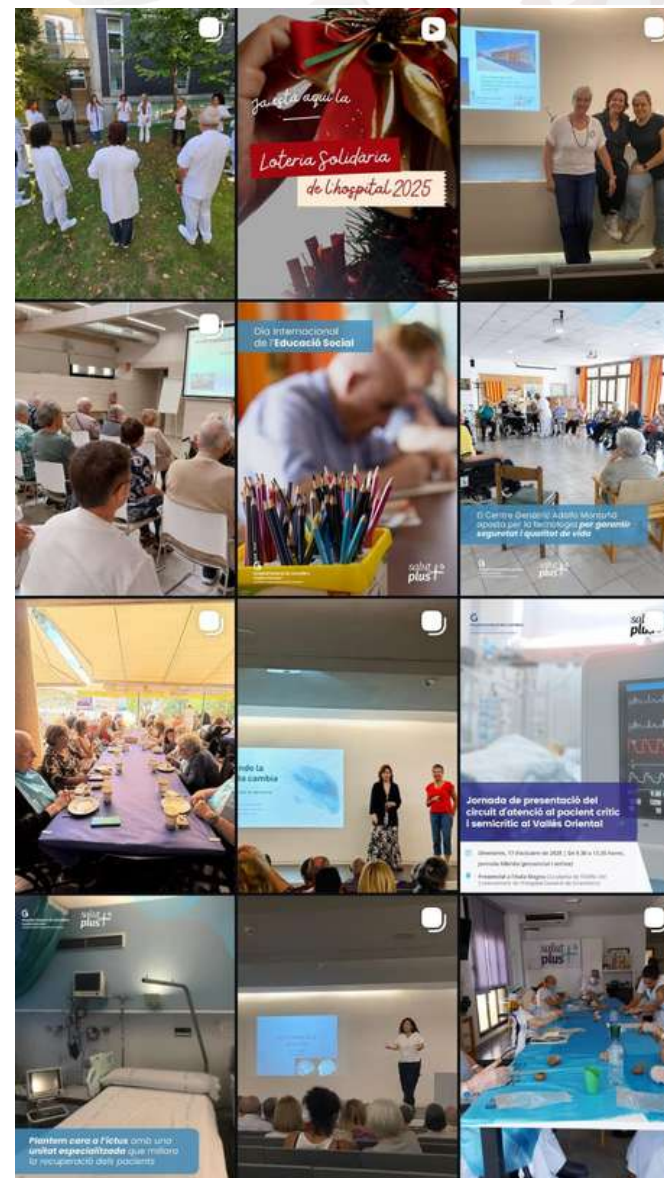
2.1 Xarxes Socials

Durant el 2025 s'ha consolidat una aposta clara per **la humanització de les xarxes socials**. La línia editorial ha prioritzat el contingut basat en persones reals: fotografies de moments autèntics i vídeos en què els propis professionals parlen en primera persona, comunicant la seva feina i compartint el seu coneixement.

Aquesta decisió ha implicat una reducció progressiva del contingut gràfic o il·lustratiu en favor de peces més properes, naturals i representatives de la realitat de l'Hospital.

L'objectiu és projectar una imatge institucional més humana i accessible, que generi confiança i proximitat tant entre els pacients i les seves famílies com entre la comunitat professional.

Al llarg de l'any s'han publicat continguts de naturalesa molt diversa. A continuació s'apunten algunes de les temàtiques i exemples més representatius:



2. Comunicació externa

2.1 Xarxes Socials

Vídeos amb veu de professionals

Peces audiovisuals en què els mateixos professionals expliquen, en primera persona, aspectes relacionats amb la seva especialitat.

Un exemple destacat és **la campanya de la Setmana de la Lactància Materna**, per a la qual es van produir quatre vídeos amb perfils professionals diversos: una pediatra, una infermera, una ginecòloga i una llevadora, oferint així una visió completa i multidisciplinària del tema.



<https://www.instagram.com/reel/DM7FBT1utA2/>

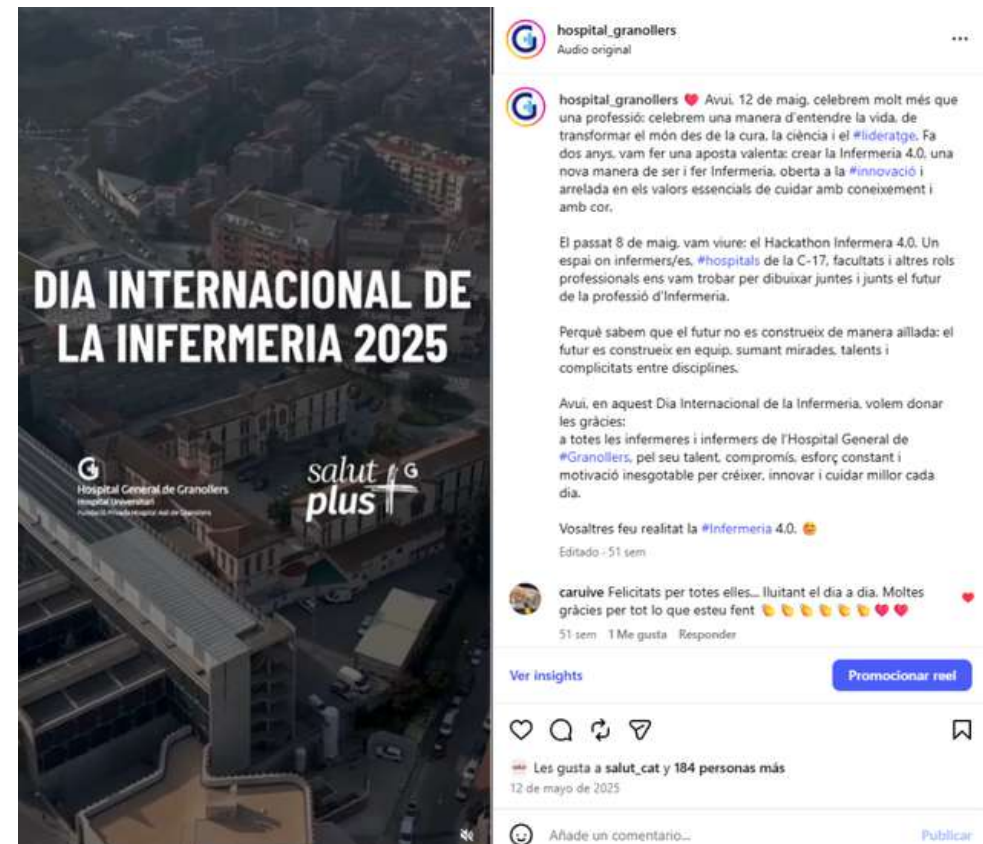
2. Comunicació externa

2.1 Xarxes Socials

Dies mundials i commemoracions

Publicacions vinculades a **dates rellevants del calendari sanitari**, com el Dia Mundial del Parkinson o el Dia Internacional de la Infermeria, entre d'altres.

Aquestes peces permeten visibilitzar les especialitats i els professionals de l'hospital alhora que es connecta amb converses d'abast global.



<https://www.instagram.com/reel/DM7FBT1utA2/>

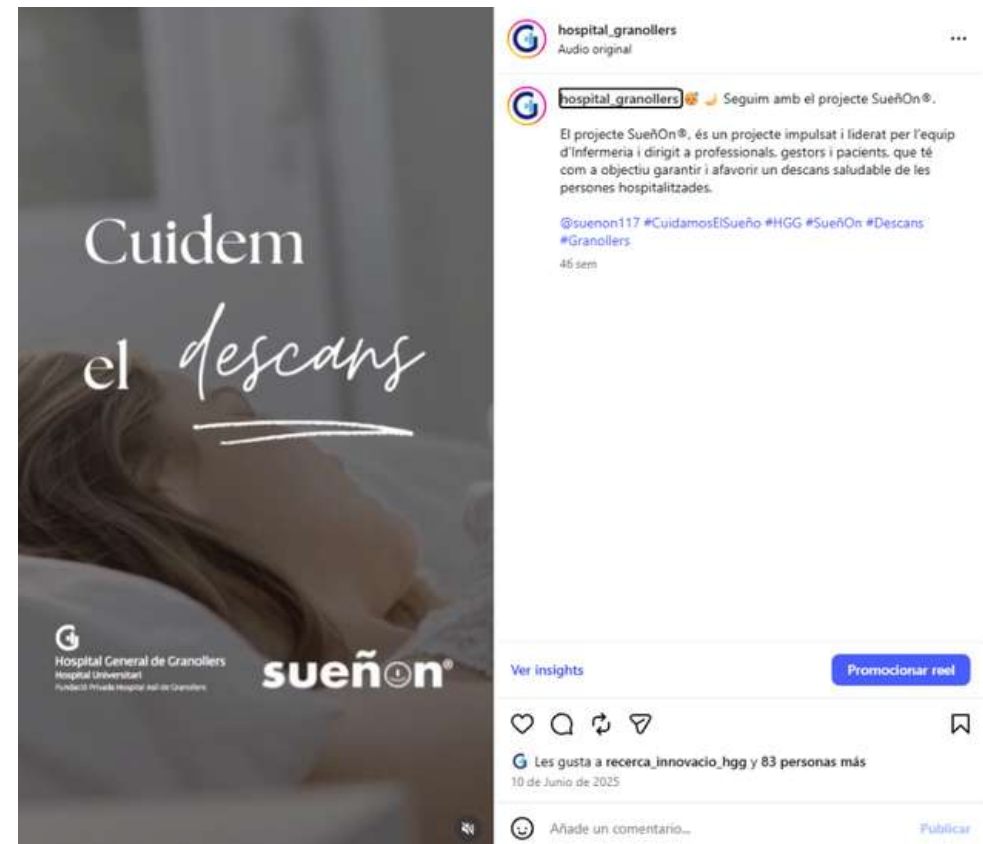
2. Comunicació externa

2.1 Xarxes Socials

Projectes que beneficien el pacient

Difusió **d'iniciatives internes** que milloren l'experiència i el benestar de les persones ateses.

Un exemple representatiu és **el projecte SueñOn**, impulsat i liderat per l'equip d'Infermeria, adreçat a professionals, gestors i pacients, amb l'objectiu de garantir un descans saludable durant l'hospitalització.



<https://www.instagram.com/reel/DKt5tlTsuSg/>

2. Comunicació externa

2.1 Xarxes Socials

Activitats i xerrades obertes a la ciutadania:

Difusió **d'esdeveniments i activitats adreçades a la comunitat**, com la cursa i caminada solidària, la caminada del Dol Perinatal, o les xerrades de divulgació com "Perdo la memòria... puc tenir demència?", entre d'altres.

Aquests continguts reforcen el vincle de l'hospital amb el territori i la seva funció com a agent de salut pública.



https://www.instagram.com/p/Dldtt78sU26/?img_index=1

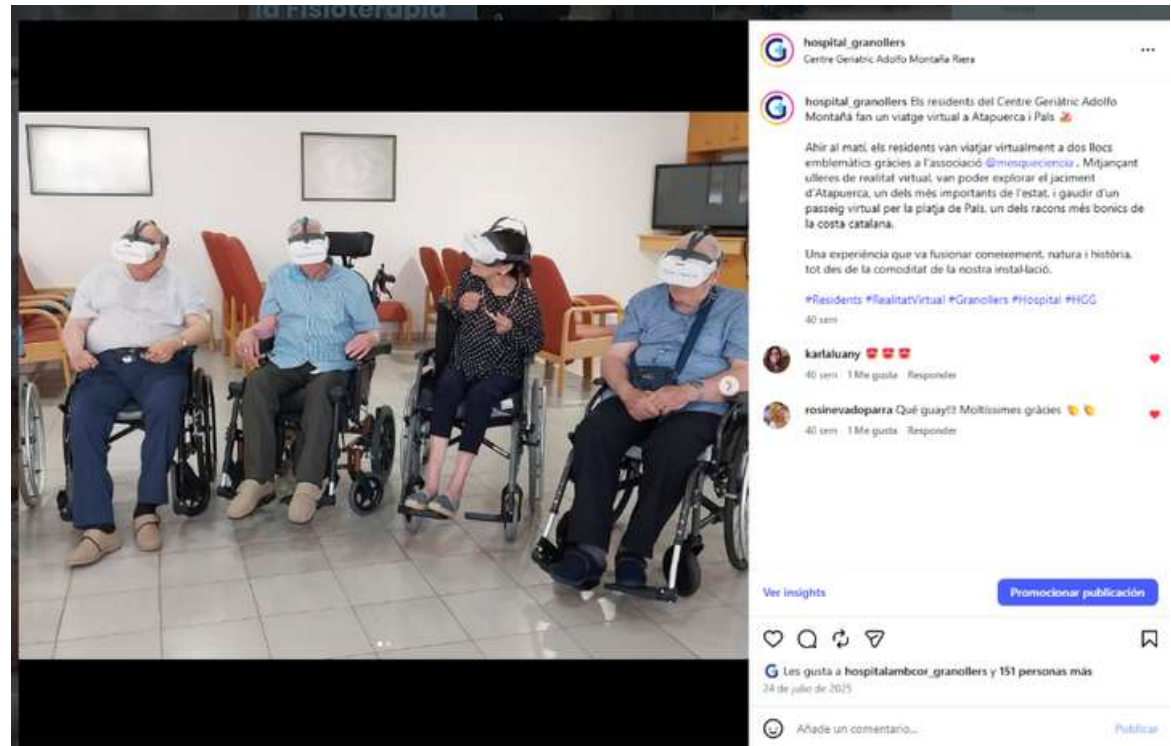
2. Comunicació externa

2.1 Xarxes Socials

Activitat de la Residència:

Publicacions que mostren el dia a dia de la residència, incloent visites de músics, tallers manuals, sortides i excursions.

Aquests continguts humanitzen la institució i posen en valor l'atenció integral i el benestar de les persones residents.



https://www.instagram.com/p/DMe1sx4sSsL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

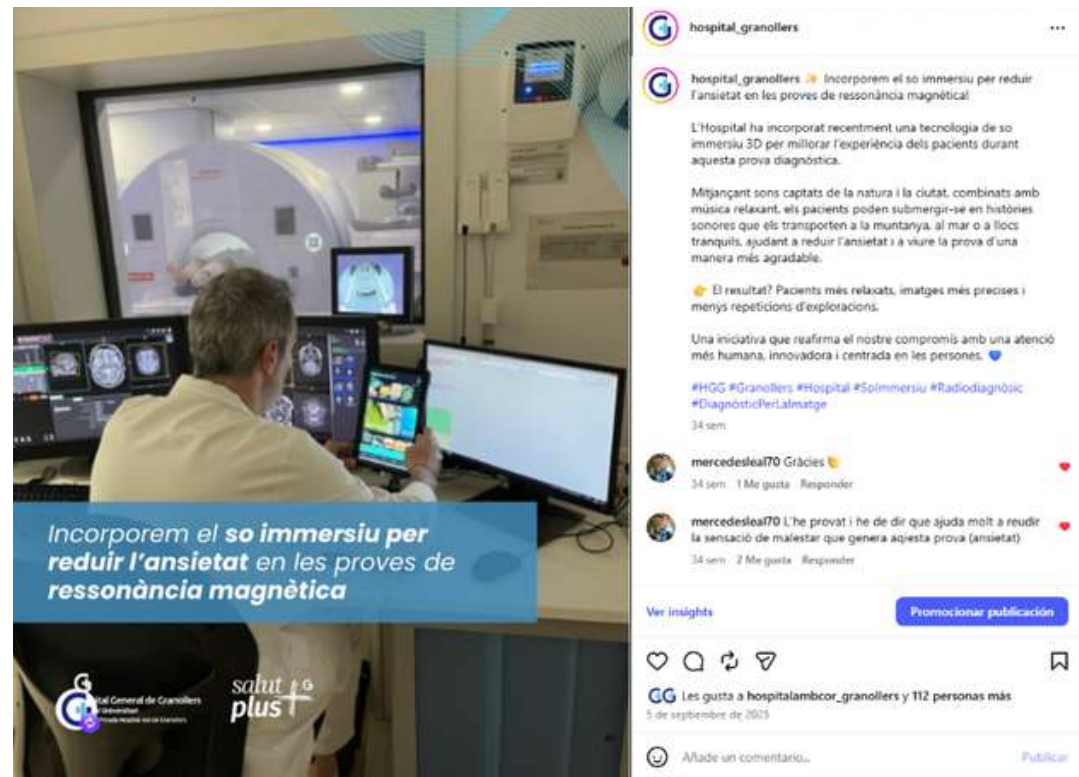
2. Comunicació externa

2.1 Xarxes Socials

Notícies i innovacions destacades:

Comunicació de **novetats rellevants** que **posicionen l'hospital** com una institució innovadora i compromesa amb la millora contínua i el creixement.

Alguns exemples representatius del 2025 són la incorporació de **so immersiu** per a reduir l'ansietat dels pacients durant les proves de ressonància magnètica, la **signatura del conveni amb la Fundació Kālida** per fer realitat el futur Centre Kālida Granollers, o l'anunci de l'ampliació del bloc quirúrgic de l'hospital.



https://www.instagram.com/p/Dldtt78sU26/?img_index=1

2. Comunicació externa

2.1 Xarxes Socials

Noves plataformes

A partir del març de 2025 s'ha iniciat presència a dues noves plataformes. La decisió d'incorporar-les respon a la voluntat de diversificar els canals de comunicació digital de l'hospital i reduir la dependència de plataformes consolidades que, en els darrers anys, han experimentat canvis significatius en les seves polítiques i models de funcionament.



Threads, impulsada per Meta, s'ha consolidat com una alternativa creixent a X amb una comunitat molt activa.

1.052 seguidors



Bluesky, un perfil vinculat al món acadèmic, científic i professional, un públic d'interès per a l'hospital.

20 seguidors

Amb la incorporació d'aquestes dues plataformes, l'hospital reforça la seva presència digital i s'assegura d'estar present allà on es generen noves converses rellevants per al sector.



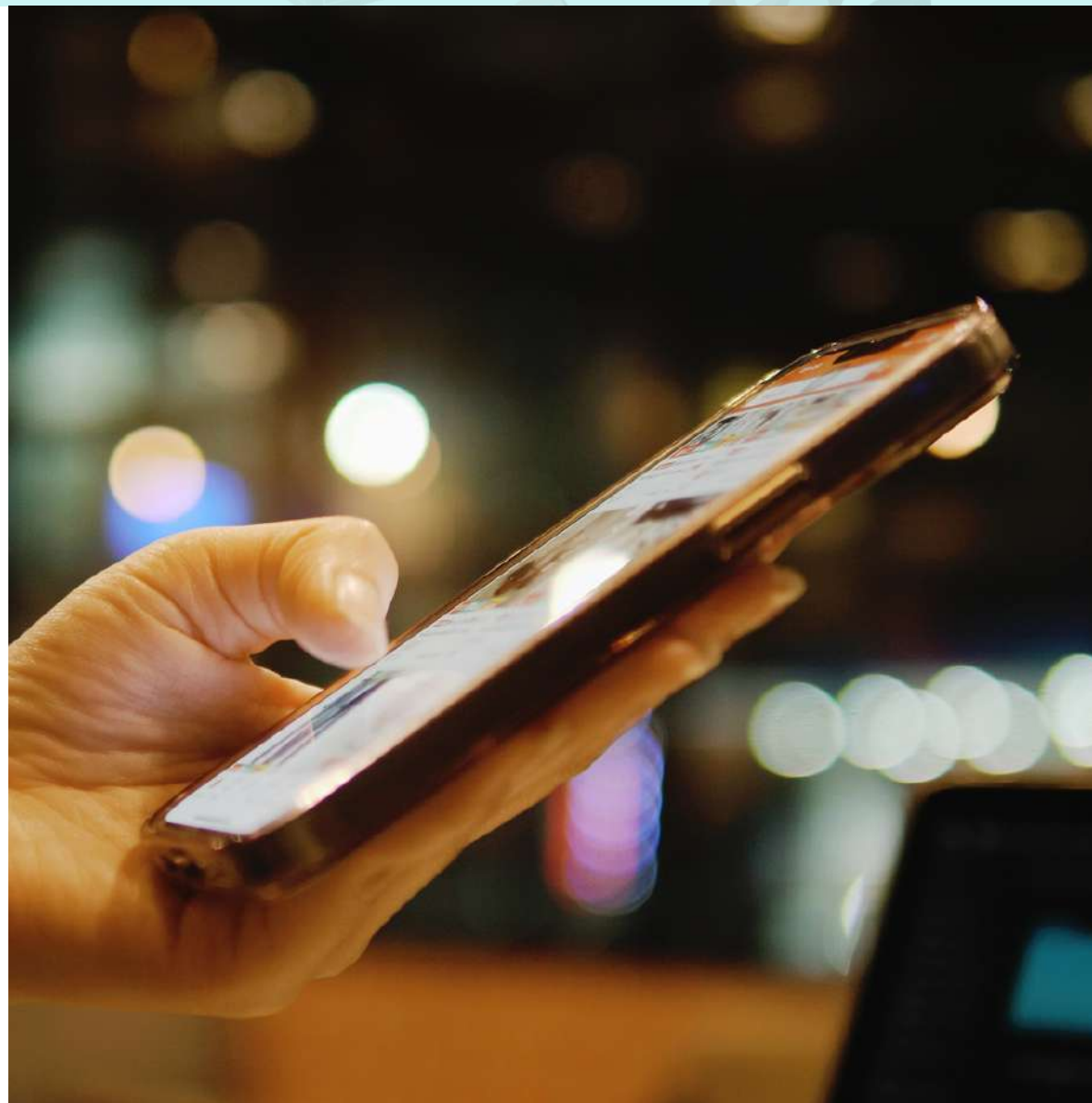
2. Comunicació externa

2.1 Xarxes Socials

Gestió de la comunitat

La gestió de la comunitat segueix un protocol clar i consistent.

- **Tots els comentaris positius** reben un like com a reconeixement de la interacció, i les preguntes -tant en comentaris públics com per missatge privat- es responen de manera personalitzada.
- **En el cas de comentaris o missatges de caràcter negatiu**, es deriva a les persones usuàries al Servei d'Atenció a la Ciutadania per tal de donar una resposta adequada.
- **Els comentaris que contenen faltes de respecte**, llenguatge discriminatori, racisme o altres actituds fora de lloc s'eliminen, d'acord amb els valors i la imatge institucional de l'hospital.



2. Comunicació externa

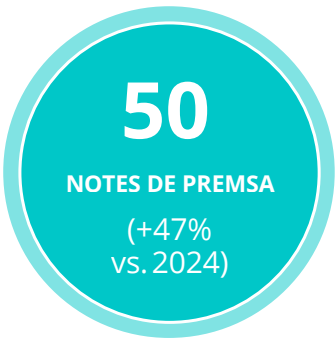
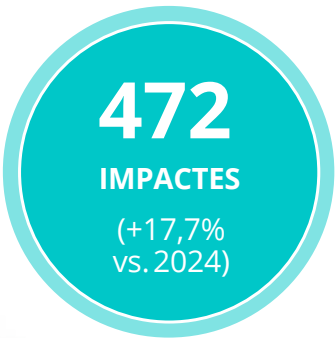
2.2 Mitjans de comunicació

Durant l'any 2025, la relació amb mitjans de comunicació s'ha consolidat com una eina estratègica per **reforçar la visibilitat i el posicionament** de l'hospital.

L'augment en l'activitat comunicativa respon a una **aposta per una comunicació més proactiva**, basada en la generació de continguts propis, planificats i alineats amb les línies estratègiques de l'organització. En aquest sentit, s'ha reforçat també el treball amb dossiers de premsa i la facilitació de continguts audiovisuals i radiofònics als mitjans, amb l'objectiu d'**ampliar la difusió i afavorir una cobertura més transversal de les notícies**, tant en canals digitals com a les xarxes socials i la web corporativa.

Aquest increment quantitatiu va acompanyat també de la millora en la qualitat dels impactes, amb un **augment de les publicacions de to positiu** (+20,3% vs. 2024), reforçant la percepció de l'hospital com una institució sòlida, referent i propera.

Activitat i volum



Any	2023	2024	2025
NP enviades	39	34	50
Aparicions totals	312	396	472
Aparicions fruit de NP	154	205	283



2. Comunicació externa

2.2 Mitjans de comunicació



INICI • PROGRAMA • LA PORXADA • LA PORXADA 12-12-2025



2. Comunicació externa

2.2 Mitjans de comunicació

Tipologia i continguts

Les informacions difoses han abordat principalment:



Projectes assistencials,
d'innovació i treball en xarxa.



Accions d'humanització i millora
de l'experiència del pacient.



Activitats comunitàries, promoció de
la salut i accions de sostenibilitat.



Reconeixements institucionals
i professionals.

Aquesta diversificació ha contribuït a oferir una visió més completa de l'hospital, posant en valor tant l'activitat assistencial com el seu compromís amb el territori, la innovació i les persones.

Presència i relació amb mitjans

S'ha treballat en la consolidació i ampliació de la relació amb mitjans de comunicació, especialment:

- **Mitjans locals i comarcals, com a altaveus de proximitat** (El 9 Nou, Som Granollers, VOTV, Ràdio Granollers...).
- **Mitjans nacionals** (Nació Digital, Suplement "Criatures" del Diari Ara...).
- **Mitjans especialitzats en salut** (ImMédico, Diario Médico, iSanidad...).



2. Comunicació externa

2.2 Mitjans de comunicació

El model de relació amb mitjans ha **evolucionat cap a un enfocament més personalitzat**, continuat i orientat a generar oportunitats de difusió de qualitat.

Aquest treball també s'ha estès a la **col·laboració i el treball coordinat amb altres institucions i agents del sector**, com la **xarxa d'hospitals de la C17**, amb qui s'ha desenvolupat un pla de comunicació per reforçar la coherència i l'impacte dels missatges compartits, o la **Universitat Internacional de Catalunya (UIC)**, amb qui s'ha organitzat una jornada conjunta.

Aquestes iniciatives han permès ampliar l'abast de la comunicació, potenciar la difusió dels continguts més enllà dels canals propis i reforçar el posicionament institucional mitjançant la suma d'altaveus i sinergies comunicatives.



2. Comunicació externa

2.2 Mitjans de comunicació



Entre les accions més rellevants destaquen:

- ✓ **Col·laboració amb el suplement “Criatures” del Diari ARA**, en l'elaboració d'un reportatge sobre les al·lèrgies pediàtriques, amb la participació dels serveis de Pediatria i Al·lèrgologia, fet que ha permès donar visibilitat experta a continguts de salut adreçats a famílies:

https://criatures.ara.cat/infancia/lergia-et-pot-condicionar-vida_130_5615992.html

- ✓ **Desenvolupament de continguts específics per al projecte vinculat a la Intel·ligència Artificial Generativa (IAG)**, mitjançant nota de premsa, píndoles audiovisuals i radiofòniques, així com material fotogràfic, pensades per facilitar la seva difusió i adaptació als diferents formats dels mitjans de comunicació:

<https://www.redaccionmedica.com/autonomias/cataluna/granolers-gana-45-minutos-por-alta-con-ia-devolvemos-tiempo-clinico--1810>

Aquest enfocament més relacional ha afavorit una major qualitat en la cobertura mediàtica i una millor adaptació dels continguts als interessos dels mitjans.

Materials de suport

Amb l'objectiu de facilitar la tasca dels mitjans i millorar la difusió de continguts, s'ha dissenyat un nou **dossier de premsa** sobre l'acompanyament integral al pacient oncològic.

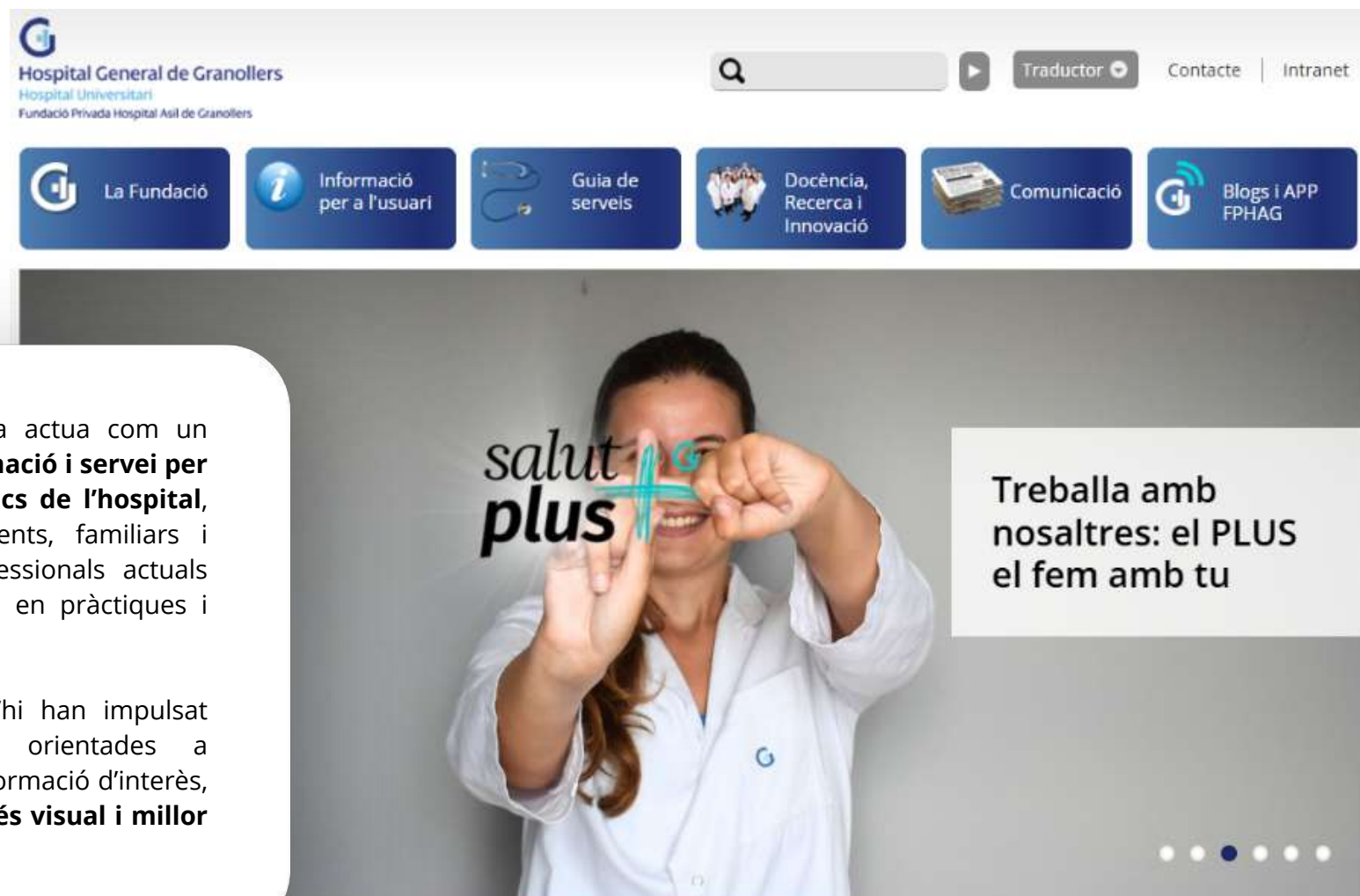
Aquest material:

- Ofereix una mirada global dels projectes d'humanització dirigits a pacients.
- Centralitza informació clau i dona a conèixer els projectes i activitats vinculats a un abordatge centrat en la persona.
- Posa en valor l'acompanyament, la humanització i la cura més enllà de l'atenció física.
- Favisible el compromís del centre amb pacients, famílies i persones cuidadores.

La seva elaboració representa un pas endavant en la professionalització de la comunicació externa i en la capacitat de generar continguts de valor.

2. Comunicació externa

2.3 Web



La web corporativa actua com un **canal clau d'informació i servei per als diferents públics de l'hospital**, principalment pacients, familiars i acompanyants, professionals actuals i futurs i estudiants en pràctiques i residents.

Al llarg de l'any s'hi han impulsat diverses millores orientades a incorporar nova informació d'interès, fer-la més **clara, més visual i millor estructurada**.

2. Comunicació externa

2.3 Web



Millores impulsades

- **Carrusel d'imatges de la pàgina principal**, renovat per reforçar la visibilitat dels continguts prioritaris, donar més protagonisme a missatges clau i millorar l'impacte visual de la portada com a carta de presentació de la organització.
- **Apartat "Ser mare a l'hospital"**, actualitzat i ampliat per oferir informació més clara, completa i orientada a l'experiència de les futures mares.
- **Espai de docència**, revisat i reforçat per millorar la difusió de l'oferta formativa del centre, donar resposta a l'interès de futurs residents i projectar l'hospital com un entorn atractiu per a la formació i el desenvolupament professional.
- **Nou apartat de documentació clínica del pacient**, creat per simplificar i agilitzar la petició de documentació, millorant els circuits de consulta i reforçant el servei digital a l'usuari amb un enfocament més eficient i accessible.

Continguts i dades principals

+ 59.000

USUARIS

+ 148.000

SESSIONS

+ 265.000

PÀGINES VISUALITZADES

2' 56"

DURADA MITJANA
DE LA SESSIÓ

- Informació institucional i corporativa.
- Continguts d'interès per a pacients, familiars i acompanyants.
- Informació pràctica sobre serveis i tràmits.
- Proposta de valor i ofertes per a futurs professionals.
- Informació docent per a estudiants en pràctiques i residents.
- Continguts sobre recerca, innovació i formació, per projectar l'hospital com un entorn generador de coneixement.
- Agenda d'activitats, jornades i actes institucionals.

2. Comunicació externa

2.4 Memòria Corporativa

La memòria corporativa és una **eina de comunicació i rendició de comptes que permet recollir, de manera estructurada, l'activitat, els resultats i els principals projectes** impulsats al llarg de l'any. És també un instrument que reforça la transparència i ajuda a explicar, als diferents públics, l'evolució de l'organització i el valor de la seva activitat.

L'any 2022 es va impulsar un redisseny del format amb l'objectiu d'avançar cap a una memòria:

- **Digital i interactiva**
- **Més visual i accessible**
- **Més àgil de consultar**
- **Adaptada als nous hàbits de consum d'informació**
- **Més sostenible, reduint l'ús de paper**

Consulta les memòries corporatives de l'HGG:

Memòries - Publicacions periòdiques - Hospital General de Granollers



**Memòria
anual 2024**



Hospital General de Granollers
Hospital Universitari
Fundació Privada Hospital Asil de Granollers

Aquest canvi de format ha permès consolidar una memòria més actual, pensada per facilitar la lectura i la comprensió dels continguts, i alhora per adaptar-la millor als diferents públics d'interès. L'edició de 2025 evoluciona un pèl més aquesta línia de treball i consolida la memòria com un document de referència per explicar l'activitat de l'hospital amb una **mirada global, institucional i accessible**.

2. Comunicació externa

2.5 Blog

El blog corporatiu és un **canal de divulgació en salut adreçat principalment a la ciutadania**, pensat per acostar coneixement expert d'una manera clara, rigorosa i accessible. Aquest permet compartir continguts d'interès general vinculats a la salut, la prevenció, l'autocura i la sensibilització sobre diferents àmbits assistencials.

Els continguts escollits cada mes es planifiquen en funció de l'actualitat de l'hospital, les necessitats d'informació de la ciutadania, la temporada i les efemèrides o dies mundials vinculats a la salut. Els articles han comptat amb la col·laboració de professionals experts dels diferents serveis implicats, aportant **una mirada especialitzada i de proximitat**.

Blog de l'HGG

Naixements segurs i respectats:

el millor inici per a la vida

Llegir blog

Dia Mundial dels Primers Auxilis:

el poder de salvar una vida és a les teves mans

Llegir blog

Dia Mundial de l'Ús Prudent dels Antibiótics:

un compromís per a la salut de tothom

Llegir blog

Aquest treball ha permès **reforçar la funció divulgativa de l'hospital**, posar en valor el coneixement dels seus professionals i oferir a la ciutadania continguts útils, comprensibles i orientats a la promoció de la salut.



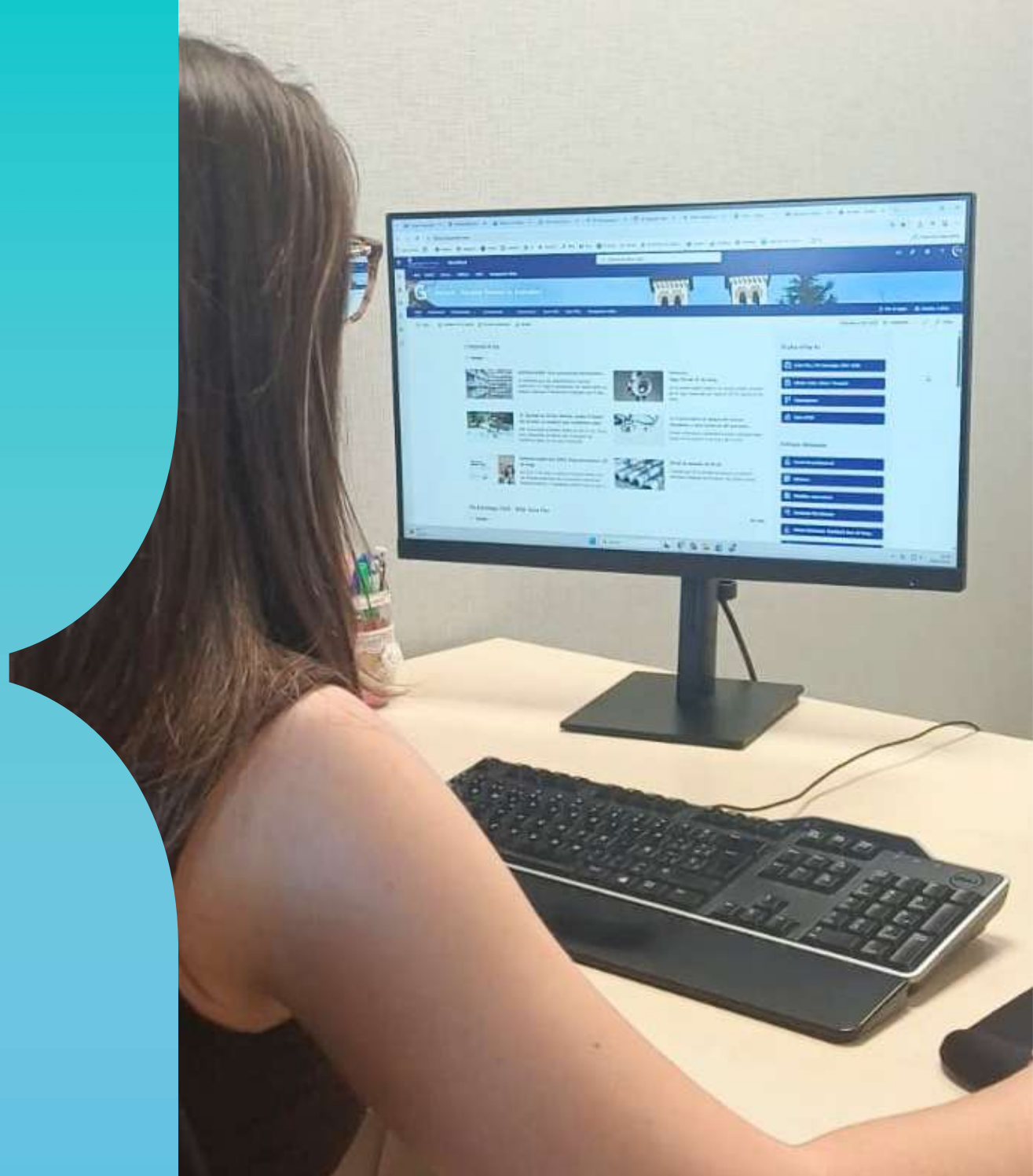
3

Comunicació interna

3.1 Canals de comunicació interna

- Intranet
- Butlletins i correus electrònics

3.2 Campanyes de comunicació interna

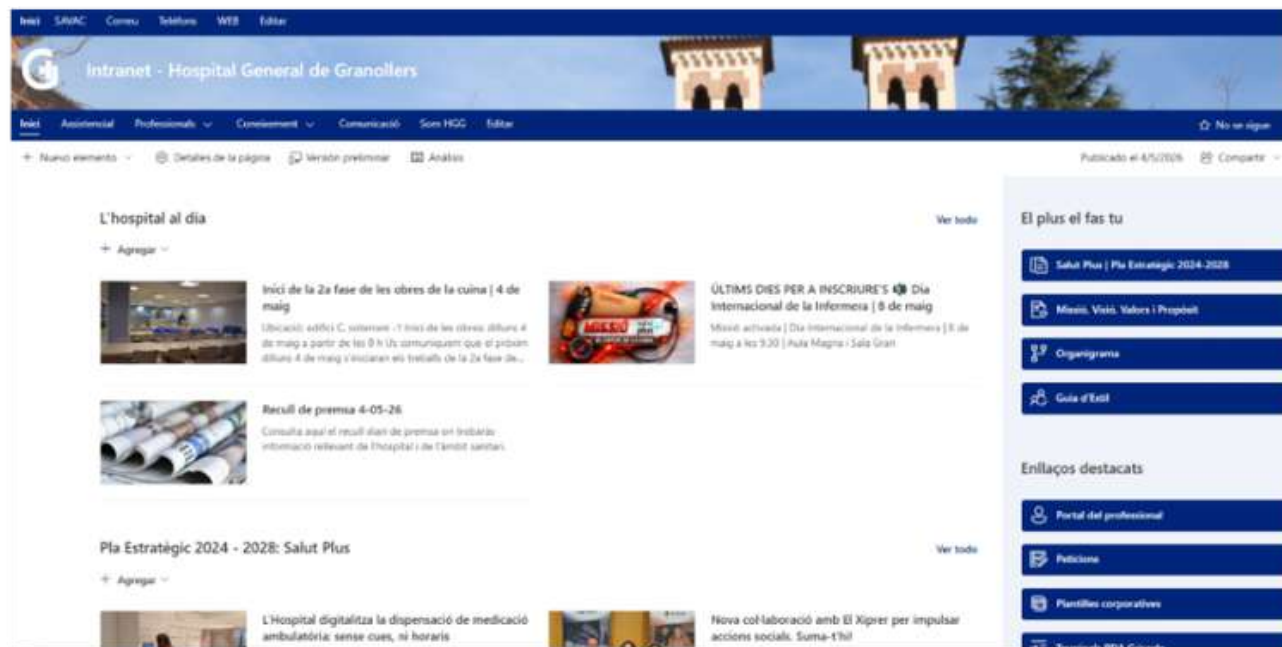


3. Comunicació interna

3.1 Canal de comunicació interna

INTRANET

La intranet s'ha consolidat com **el principal espai de comunicació interna i visibilització de l'activitat de l'organització**, esdevenint un canal de referència per informar, connectar i reforçar el vincle entre els professionals. Al llarg del 2025, ha permès donar més projecció als projectes, fomentar el reconeixement intern i fer més visibles els equips, afavorint comunicació més propera, àgil i alineada amb els objectius compartits.



Dades clau 2025

+400 NOTÍCIES
PUBLICADES
(+13,9% vs. 2024)

+ 2.000
USUARIS AL
MES DE MITJANA

+ 37.000
VISITES AL MES
DE MITJANA

396 PETICIONS DE
PROFESSIONALS
ATESES
(+10,9% vs. 2024)



3. Comunicació interna

3.1 Canal de comunicació interna

INTRANET

Desplegament de l'espai 'Som HGG'

Aquest espai neix amb l'objectiu de:

- Reforçar la **connexió** i la **identificació** amb l'organització.
- Fomentar la **proximitat** i la **col·laboració** entre equips.
- **Visibilitzar** la tasca dels diferents serveis i professionals.
- Impulsar el **reconeixement** entre professionals.

"Som HGG" s'estructura en quatre línies principals:

- **Som un equip:** infografies mensuals que donen visibilitat als serveis i professionals, posant en valor la seva tasca quotidiana.
- **La vida a la residència:** continguts sobre el dia a dia i les activitats del Centre Geriàtric Adolfo Montañá.
- **Tots sumem a Salut+:** reptes vinculats al Pla Estratègic, amb iniciatives participatives.
- **Les veus de l'hospital:** continguts audiovisuals que expliquen projectes, iniciatives i experiències dels diferents serveis.



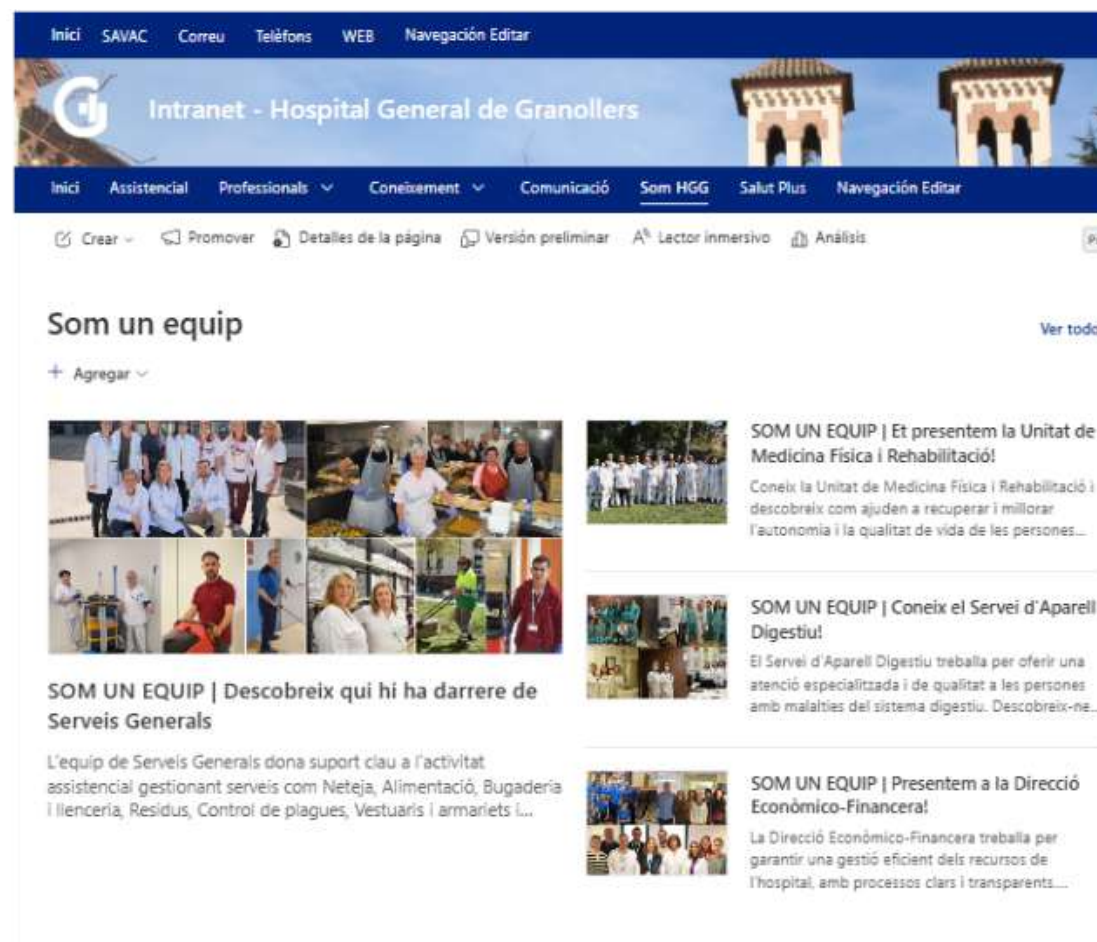
3. Comunicació interna

3.1 Canal de comunicació interna

INTRANET

L'espai **"Som un equip"** s'ha consolidat com un dels espais amb més visibilitat i interacció dins la intranet, amb una valoració positiva per part dels equips participants. Aquesta iniciativa ha estat especialment ben rebuda, ja que ha permès:

- **Donar a conèixer i posar en valor la tasca dels diferents serveis**, generant satisfacció entre els professionals implicats per l'oportunitat de compartir la seva activitat.
- **Generar interès per la iniciativa**, amb diversos serveis que han expressat voluntat de participar-hi o han consultat el seu funcionament, posant de manifest l'atractiu i la rellevància del projecte dins l'organització.
- **Fomentar l'apropiació i l'orgull d'equip**, ja que més enllà de la difusió digital, diversos serveis han expressat la voluntat d'exhibir-les en els seus espais de treball, reforçant així la cohesió interna i el reconeixement professional.
- **Aportar un valor afegit mitjançant el material fotogràfic** generat en les sessions amb cada equip, que permet disposar d'un repositori d'imatges del dia a dia de l'hospital.



3. Comunicació interna

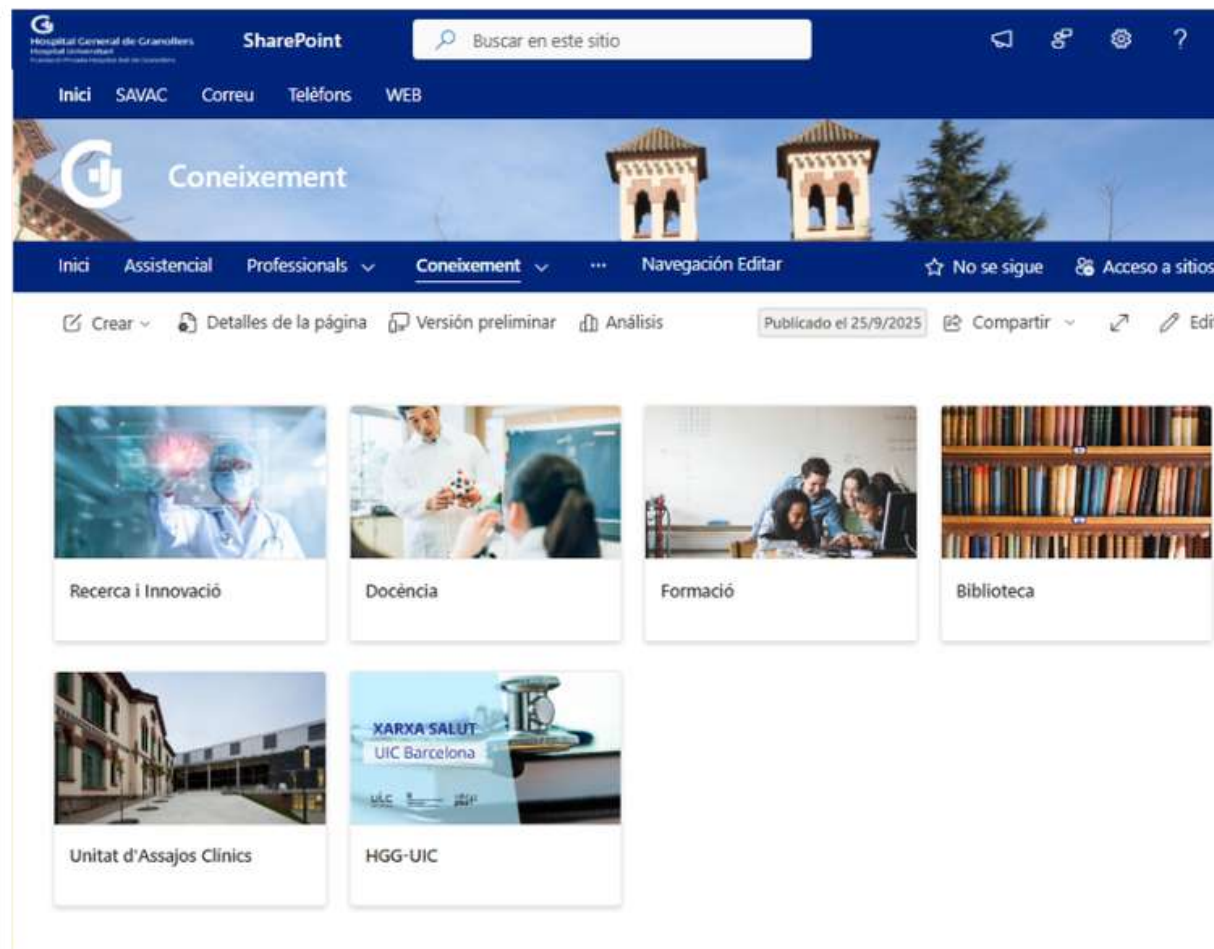
3.1 Canal de comunicació interna

INTRANET

Creació de nous espais estratègics

Durant el 2025 també s'han incorporat nous espais informatius a la intranet per donar visibilitat a àmbits estratègics com la **Recerca i Innovació** i la **Docència**, així com a noves àrees de treball, com la Unitat d'**Assajos Clínics** o la **col·laboració amb la Universitat Internacional de Catalunya (UIC)**.

Aquests espais han permès ampliar la difusió del treball transversal de l'organització i reforçar la visibilitat de totes les línies d'activitat més enllà de l'àmbit assistencial.



3. Comunicació interna

3.1 Canal de comunicació interna

BUTLLETINS I CORREUS ELECTRÒNICS

El correu electrònic es consolida com una eina de suport a la comunicació interna, utilitzada principalment per a la difusió de comunicacions puntuals i d'interès transversal. Al llarg del 2025, s'ha treballat per evitar la sobresaturació informativa, afavorint una planificació més ordenada dels enviaments i potenciant les comunicacions periòdiques estructurades, com els butlletins interns.

De "L'Apunt" al "Butlletí Salut +"

- **3 butlletins de "L'Apunt"** publicats a inici d'any.
- Posteriorment, el format ha evolucionat cap al **"Butlletí Salut +"** amb l'objectiu de:
 - Consolidar un relat mensual del Pla Estratègic "Salut Plus".
 - Donar més coherència als continguts estratègics.
 - Millorar la continuïtat i lectura dels continguts.
 - **8 butlletins** publicats el 2025.

Agenda interna

- **5 butlletins** publicats
- Canal de suport per a la difusió d'activitats, jornades i esdeveniments interns.

Butlletí Xarxa C17

- **12 butlletins** compartits
- Instrument de comunicació compartida entre centres de la Xarxa C17 per a fomentar la coordinació i el coneixement entre centres, i generar sinergies comunicatives dins la xarxa

3. Comunicació interna

3.1 Canal de comunicació interna

BUTLLETINS I CORREUS ELECTRÒNICS

Comunicació per correu electrònic

Durant el 2025 s'han enviat **166 comunicacions internes** per correu electrònic, consolidant aquest canal com a eina operativa de suport a la comunicació interna.

En aquest sentit, la intranet es manté com l'espai central de publicació i consulta de tots els continguts corporatius, garantint la coherència i l'accessibilitat de la informació. El correu electrònic, en canvi, actua com a canal complementari, destinat a la difusió de comunicacions de caràcter transversal, puntual o d'alta rellevància per al conjunt de professionals.

Aquest model permet **estructurar millor els fluxos informatius, reduir la saturació comunicativa i garantir una distribució més eficient i ordenada dels missatges interns.**



3. Comunicació interna

3.2 Campanyes de comunicació

Durant el 2025, s'han desenvolupat campanyes de comunicació interna orientades a reforçar la cultura organitzativa, promoure hàbits saludables, impulsar la ciberseguretat i enfortir el compromís amb el Pla Estratègic. Aquestes accions han combinat diferents canals (intranet, correu i accions participatives) per tal d'augmentar l'abast i la implicació dels professionals.

Respira salut, inspira canvi

Campanya de conscienciació, impulsada conjuntament amb el Servei de Prevenció de Riscos Laborals (PRL), orientada a promoure hàbits de vida saludables dins l'entorn professional.



Objectiu

Promoure que els professionals facin el primer pas per deixar de fumar, facilitant l'accés al programa de suport del PRL, amb acompanyament personalitzat durant tot el procés.

Accions desenvolupades

- 9 comunicacions per correu electrònic
- 11 publicacions a la intranet
- 14 participacions en el mural col·laboratiu

Accions desenvolupades

- 23 professionals inscrits al programa
- 8 professionals participants en l'enquesta
- 36% de coneixement del programa a través de la campanya

3. Comunicació interna

3.2 Campanyes de comunicació

850 raons per vacunar-te

Campanya de sensibilització per fomentar la vacunació antigripal entre els professionals de l'organització, posant l'accent en la protecció individual i col·lectiva.



Objectiu

Augmentar la cobertura vacunal entre els professionals i reforçar la vacunació com a mesura de prevenció i seguretat en l'entorn assistencial.

Accions desenvolupades

- 10 publicacions a la intranet
- 8 comunicacions per correu electrònic

Accions desenvolupades

750 professionals vacunats
(36,4% de cobertura)

3. Comunicació interna

3.2 Campanyes de comunicació

Cibersconscients HGG

Campanya de sensibilització en matèria de ciberseguretat i bones pràctiques digitals, impulsada en col·laboració amb la Direcció de Transformació Digital.

Reforçar, mitjançant continguts periòdics mensuals, la consciència dels professionals sobre la importància de la seguretat digital i el bon ús dels sistemes d'informació corporatius, promovent hàbits segurs en el dia a dia assistencial i organitzatiu.

Repte Tots sumem a Salut +

La iniciativa s'emmarca en les accions de participació interna vinculades al desplegament del Pla Estratègic, amb l'objectiu de fomentar el compromís dels equips amb la missió de l'hospital i reforçar la cultura compartida de treball. A través de propostes col·laboratives i accions simbòliques, es busca implicar els professionals en la difusió i interiorització dels valors estratègics.

Durant el 2025, la iniciativa s'ha concretat en una acció visual amb la bandera del programa Salut+, en la qual han participat **12 equips de l'organització, tant assistencials com no assistencials**. Aquesta acció ha permès reforçar el sentiment de pertinença, afavorir la cohesió entre equips i donar visibilitat transversal als valors del Pla Estratègic dins l'organització.

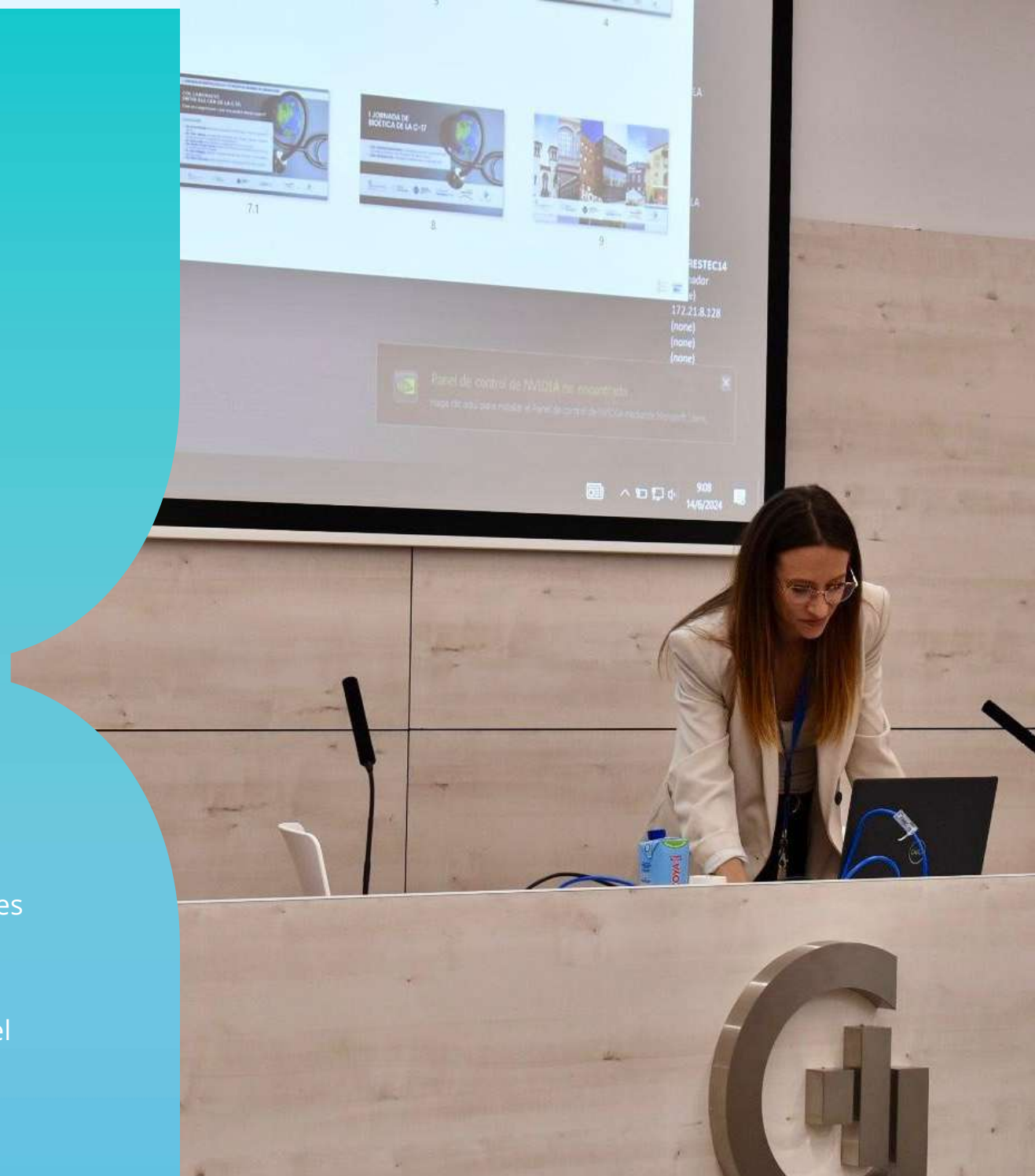


4

Secretaries Tècniques de Jornades i Congressos

La docència i la generació de coneixement constitueixen un pilar estratègic de l'hospital.

En aquest marc, l'organització de jornades i actes institucionals esdevé una peça clau per a la divulgació del coneixement, el foment de la innovació i la generació d'espais d'intercanvi d'experiències en l'àmbit de la salut, reforçant el posicionament de l'hospital com a centre de referència.



4. Secretaries Tècniques de Jornades i Congressos

Durant l'any 2025,
s'ha liderat la
gestió integral de:

19

JORNADES

A través de la Secretaria Tècnica de Jornades i Congressos, coordinada pel Departament de Comunicació, assegurant-ne la correcta planificació, execució i tancament.

Aquest servei especialitzat ofereix una gestió integral dels esdeveniments, que inclou:

- **Planificació i difusió**
- **Disseny i producció de materials**
- **Gestió d'inscripcions, acreditacions i control d'assistència**
- **Coordinació logística i gestió de proveïdors i serveis**
- **Gestió del patrocini i tramitació de contractes, vetllant pel compliment dels acords**
- **Pressupost i control financer**
- **Cobertura i suport el dia de l'esdeveniment**



5

Patrocini, mecenatge i col·laboració

Els petits gestos ens fan grans:
compromís que suma, impacte
que transforma.



5. Patrocini, mecenatge i col·laboració

Els petits gestos ens fan grans: compromís que suma, impacte que transforma

El mecenatge i la col·laboració amb el territori s'han consolidat com un eix clau dins de l'activitat de l'hospital. A través d'aliances amb empreses, entitats i ciutadania, continuem impulsant projectes i iniciatives que milloren l'atenció, els espais i els recursos assistencials, amb un impacte directe en la salut i el benestar de les persones.

Cada aportació, cada gest solidari i cada aliança suma. Ens ajuden a avançar, a innovar i a continuar oferint una atenció de qualitat, més humana i més propera. Transformen el compromís en acció i fan possible impulsar projectes que deixen empremta i generen un impacte real en la vida de les persones.

El 2025 en dades: un impacte que deixa empremta

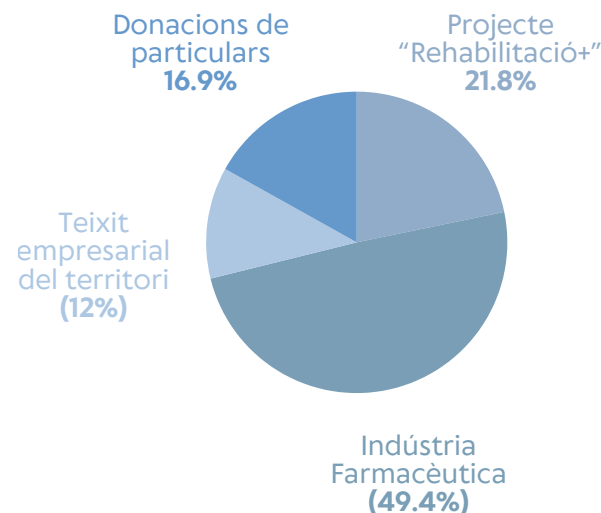
El 2025 ha estat un any marcat per l'impuls de nous projectes, la continuïtat d'iniciatives solidàries i l'enfortiment de les **aliances amb empreses, entitats i institucions del territori**.

Aquestes dades posen de manifest un compromís compartit amb una salut més humana i propera, i evidencien com la col·laboració en xarxa es tradueix en impacte real. Darrere de cada xifra hi ha una comunitat que suma per fer possible *#ElMeuHospital*.

Un impacte real que es tradueix en millores en l'atenció, l'experiència del pacient i el benestar de les persones.

94.671 €
total recaptats

+60
Col·laboracions i patrocinis



5. Patrocini, mecenatge i col·laboració

Projectes que transformen vides

Durant el 2025, cal destacar el projecte **“Rehabilitació+, en moviment per l'ictus”**, una iniciativa alineada amb el model Salut Plus+ que ha permès impulsar la creació d'un espai de rehabilitació intensiva i precoç per a pacients que han patit un ictus.

Aquest projecte és un exemple clar de com la suma d'esforços -a través d'activitats solidàries, donacions i aliances- es converteix en **impacte directe en la vida de les persones**, millorant la seva recuperació i qualitat de vida.

Junts fem més+: aliances que fan possible anar més enllà

El 2025 ha estat també un any de consolidació i creixement de la xarxa de col·laboradors:

- **Seguim reforçant aliances** que, any rere any, continuen caminant al nostre costat.
- **Nous vincles amb empreses, entitats i institucions**, ampliant la xarxa de suport.
- **Complicitat amb el territori, connectats amb la comunitat:** amb la participació activa d'entitats, centres educatius, clubs esportius i ajuntaments.
- **Aliances amb la indústria farmacèutica** per impulsar iniciatives assistencials, formatives i de divulgació científica.



Aquesta xarxa de col·laboració reflecteix un model viu, dinàmic i profundament connectat amb la comunitat. I és precisament aquesta mirada compartida la que fa possible continuar avançant cap a una salut més humana, propera i centrada en les persones.



Descobreix tots els projectes, dades i aliances a la Memòria completa de Mecenatge i Col·laboració 2025.

6

Producció de continguts

6.1 Disseny Gràfic

6.2 Audiovisuals



6. Producció de continguts

6.1 Disseny Gràfic

JORNADES I ACTES

Per a cada esdeveniment organitzat per l'hospital, el departament de comunicació ha elaborat un conjunt complet de materials gràfics que acompanyen totes les fases de l'acte:

- Programa
- Cartells de difusió
- Portades de les fases: benvinguda, ponències, descans i cloenda
- Cartell amb codi QR per a la descàrrega del programa digital
- Merchandising (en alguns casos)
- Roll-ups



6. Producció de continguts

6.1 Disseny Gràfic



PUBLICITAT

S'han dissenyat anuncis adaptats als diferents formats i canals de difusió, tant per a mitjans impresos com digitals.



XARXES SOCIALS

S'han creat publicacions de caràcter informatiu amb un format visual pensat per captar l'atenció i facilitar la comprensió dels continguts en cada plataforma.



6. Producció de continguts

6.1 Disseny Gràfic

MATERIALS PER A PACIENTS

S'han produït díptics, tríptics i llibrets informatius adaptats a les necessitats de cada servei.

Cal destacar el projecte realitzat per al **Servei d'Hospitalització a Domicili**: en col·laboració amb l'equip clínic, es van elaborar quatre llibrets que expliquen pas a pas com administrar diferents medicaments a domicili, complementats amb un codi QR que enllaça amb un vídeo explicatiu del mateix procediment.

Administració de la medicació amb bomba electrònica de manera intermitent

Hospitalització a Domicili

Hospital General de Granollers
Hospitalització a Domicili



PAS A PAS

1. Rentat de mans.

2. Desinfectar el connector blau de l'allargadora amb una gasa i clorhexidina.

3. Passar sèrum fisiològic amb la xeringa precarregada: primer s'ha de pressionar i enroscar mitja volta a la dreta.

- Si vostè és portador de via perifèrica administrar 5cc.
- Si vostè és portador de midline administrar 10cc.

1

7. A la pantalla apareix el temps restant per la pròxima administració.

8. La bomba electrònica començarà a funcionar sola, ja que la infermera l'haurà programat prèviament.

Es molt important connectar-se la bomba electrònica 10 minuts abans que comenci la infusió, ja que la bomba no detecta si està connectada o no, i infondrà igualment la medicació.

3

Escanegeu el QR
Per a veure el vídeo tutorial



Codi 35500

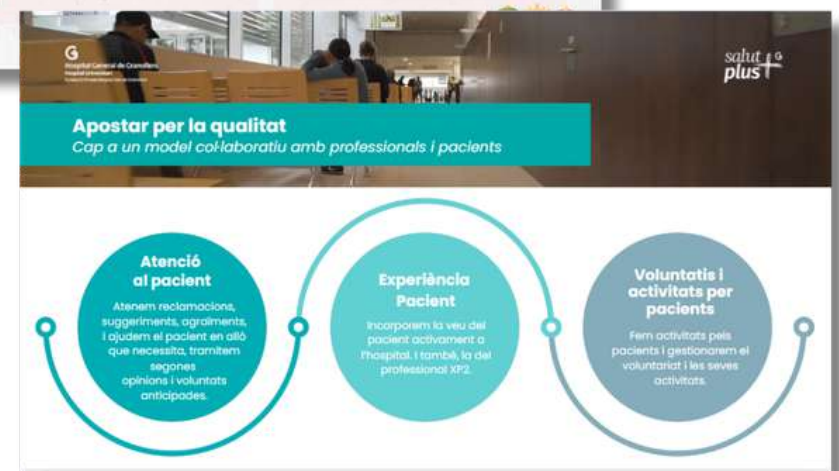
6. Producció de continguts

6.1 Disseny Gràfic

ALTRES MATERIALS

Al llarg de l'any també s'han dut a terme diverses peces gràfiques de suport a la comunicació interna i institucional:

- Presentacions corporatives
- Punt de llibre de Sant Jordi
- Cartelleria puntual d'informació al pacient
- Calendaris d'activitats



6. Producció de continguts

6.2 Audiovisuals



Des del departament de Comunicació es dona suport als serveis de l'hospital quan tenen necessitats audiovisuals, ja sigui per a jornades i actes, explicacions informatives o de cures adreçades a pacients, presentació de projectes davant de premsa, o qualsevol altra finalitat comunicativa. A més, es produeixen vídeos per a les xarxes socials de manera continuada al llarg de l'any.

1.

PLANIFICACIÓ

Gestió del dia o dies de gravació en funció del nombre de persones i espais implicats.

2.

GRAVACIÓ

Captació del relat en veu dels professionals i de les imatges recurs que l'acompanyen.

3.

EDICIÓ

Tall i organització del material, incorporació de logotips, subtítols, música, portada i contraportada, i ajust de llum i ombres.

4.

REVISIÓ

Enviament al servei corresponent per a la seva validació i incorporació de canvis abans de la publicació.

Al llarg de l'any s'han produït més de 80 vídeos.

A continuació es detallen els tres projectes principals, que exemplifiquen la diversitat de necessitats als quals dona resposta el departament.



6. Producció de continguts

6.2 Audiovisuals

8 VÍDEOS

Vídeos informatius — Dermatologia

Aquest projecte neix de la necessitat del Servei de Dermatologia de reduir les consultes de dubtes repetitives, oferint als pacients un recurs accessible amb les indicacions clau sobre determinades medicacions i malalties.

- **Format:** Explicació del dermatòleg des de la consulta, combinada amb imatges recurs.
- **Disponibilitat:** Canal YouTube, apartat Dermatologia, en català i castellà.



https://www.youtube.com/playlist?list=PL2bOc8a1QmRP6i_dAq-8tUEXl0K5FRU1T

6. Producció de continguts

6.2 Audiovisuals

15 VÍDEOS

Vídeos de tècniques de fisioteràpia respiratòria

El projecte dona resposta a la necessitat de proporcionar als pacients una guia visual clara per poder recordar i practicar correctament els exercicis de fisioteràpia respiratòria a casa. Les pròpies fisioterapeutes respiratòries protagonitzen els vídeos, demostrant pas a pas cadascuna de les tècniques.

- **Format:** Vídeos gravats per les fisioterapeutes del servei, disponibles al canal de YouTube de l'Hospital, a l'apartat de Fisioteràpia.
- **Material complementari:** Díptic personalitzable amb totes les tècniques disponibles, on el professional marca els exercicis específics de cada pacient, i un codi QR que enllaça directament amb els vídeos corresponents.



https://www.youtube.com/playlist?list=PL2bOc8a1QmROww_upHL-LxR_zvkKat4bF

6. Producció de continguts

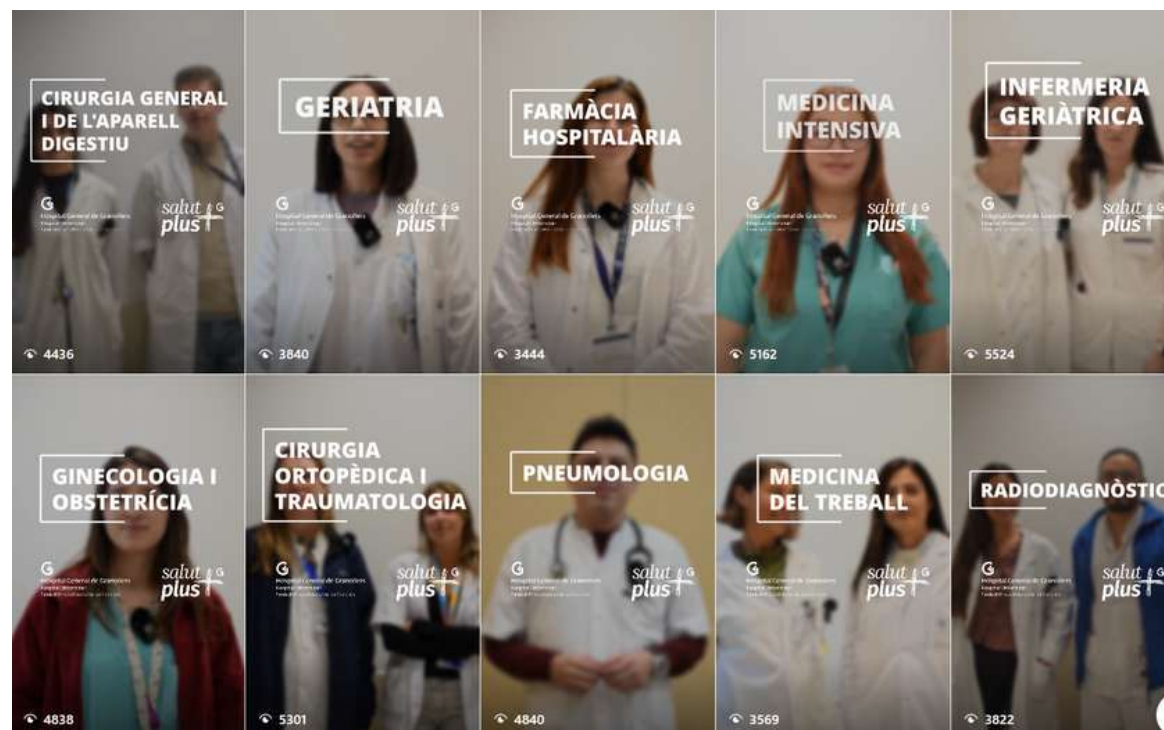
6.2 Audiovisuals

17 VÍDEOS

Vídeos promocionals per a futurs metges/sses residents

Amb l'objectiu d'atraure nous/noves residents i destacar el valor diferencial de l'hospital com a centre formatiu, es produeix anualment un vídeo per a cadascuna de les especialitats. El format es basa en el testimoni en primera persona d'un resident actual, generalment de primer o segon any, que explica la seva experiència i posa en valor els aspectes que fan de l'hospital un lloc especial per a formar-se.

- **Format:** Testimoni en primera persona d'un resident actual de l'hospital.
- **Distribució:** Un vídeo per especialitat, compartit en els canals de difusió de l'hospital durant el període de captació.



<https://www.instagram.com/reel/DVQJHheAsb7/>



7

Retolació

Des del Departament de Comunicació s'assumeix la gestió de la retolació provisional dels circuits i espais de l'hospital, donant resposta a les necessitats puntuals de senyalització que sorgeixen en el dia a dia: canvis de ubicació de serveis, informació temporal per a pacients i acompanyants, o adaptacions de circuits per obres o reorganitzacions internes.



7. Retolació

A més d'aquesta gestió continuada, el Departament de Comunicació col·labora estretament amb el Servei d'Infraestructures quan es posen en marxa nous espais que requereixen un projecte de retolació integral, des de zero. En aquests casos, la implicació del departament abasta des de la definició dels criteris gràfics i identitaris fins a l'acompanyament durant la instal·lació, garantint la coherència visual i la funcionalitat de la senyalització.

Retolació de la Unitat de Radiologia Vascular Intervencionista (URVI)

Un exemple d'aquesta col·laboració és el projecte de retolació de la nova Unitat de Radiologia Vascular Intervencionista (URVI), duta a terme durant el 2025. La posada en marxa d'aquest nou espai va requerir un projecte complet de senyalització, tant interior com exterior, que havia de respondre a les necessitats específiques d'una unitat d'alta complexitat assistencial. El procés es va estructurar en tres fases:

- **Anàlisi de necessitats:** identificació dels requeriments de senyalització per a la circulació interior i exterior, la identificació de les diferents sales i la diferenciació de les zones netes i brutes.
- **Elaboració del dossier de retolació:** disseny dels *mockups* i definició de les especificacions tècniques dels vinils (mides, colors, icones i tipografia).
- **Instal·lació:** acompanyament al proveïdor durant tot el procés d'instal·lació per garantir la correcta execució del projecte.



8

Relacions Institucionals



8. Relacions Institucionals

Les **Relacions Institucionals** constitueixen un àmbit estratègic per a la Fundació, ja que contribueixen a reforçar el seu posicionament, incrementar la visibilitat de la seva activitat i consolidar els vincles amb les administracions públiques, les entitats del sector i els diferents agents socials i institucionals del territori.

Durant l'any 2025, l'activitat desenvolupada en aquest àmbit ha estat orientada a enfortir les aliances existents, establir noves vies de col·laboració i garantir una presència activa de la institució en els principals espais de relació, participació i representació. Aquest treball ha permès donar a conèixer els projectes i les iniciatives de la Fundació, compartir coneixement i experiències, així com identificar oportunitats de cooperació que contribueixen a la consecució dels objectius estratègics de l'entitat.

A més, les actuacions realitzades han afavorit una comunicació fluida amb els diferents interlocutors institucionals, facilitant la construcció de relacions de confiança i la generació de sinergies que reforcen el compromís de la Fundació amb el territori i amb les persones a les quals presta servei.

En definitiva, l'activitat de Relacions Institucionals desenvolupada durant el 2025 ha contribuït a consolidar la projecció institucional de la Fundació i a reforçar la seva capacitat d'incidència, col·laboració i representació davant els diferents grups d'interès.



8. Relacions Institucionals

Complicitat institucional

La relació amb els ajuntaments del territori és fonamental per reforçar el vincle entre l'Hospital i la comunitat. Mantenim una col·laboració estreta i continuada amb les administracions locals, especialment amb **l'Ajuntament de Granollers i l'Ajuntament de les Franqueses del Vallès**, amb qui compartim la voluntat de promoure iniciatives que impactin positivament en la salut i el benestar de la ciutadania.

Aquesta complicitat es tradueix en el suport a activitats solidàries, accions de sensibilització i projectes comunitaris que ens permeten arribar més lluny i reforçar el paper de l'Hospital com a equipament públic de referència al territori.

Treballar conjuntament amb els ajuntaments significa **crear xarxa institucional**, sumar recursos i coordinar esforços per donar resposta a les necessitats de la població amb una mirada compartida i de futur.

Entitats esportives: solidaritat en moviment

La col·laboració amb entitats esportives del territori és un exemple clar de com l'esport i la salut caminen de la mà.

Continuem mantenint una estreta relació amb el **Club Natació Granollers**. Per Sant Jordi, esportistes del club van visitar el Centre Geriàtric Adolf Montanyà per lliurar roses i compartir una estona amb els i les residents.

Al Nadal, en el marc de la iniciativa "52 somriures per Nadal", van participar en un taller de manualitats amb els nostres residents, decorant l'arbre i compartint un matí ple de complicitat, alegria i calidesa. Petits moments que generen grans records.



8. Relacions Institucionals

Entitats culturals: la música que acompanya

La cultura també forma part de la cura. El Cor Jove de la Societat Coral Amics de la Unió va oferir un concert de nades a la residència, omplint els espais de música, emoció i esperit festiu. Un recordatori que la salut també és emoció, connexió i moments compartits.

Clubs esportius del territori

Durant el període nadalenc també vam rebre visites molt especials:



Club Balonmano Granollers, que va repartir regals, material esportiu i molta il·lusió als infants ingressats a la planta de Pediatria.



Fènix Granollers, equip de futbol americà, que va compartir una estona amb els nens i nenes hospitalitzats, portant somriures i energia positiva.



Hospital General de Granollers

Hospital Universitari

Fundació Privada Hospital Asil de Granollers

**Fundació Privada
Hospital Asil de Granollers**

Avinguda Francesc Ribas s/n

08402 Granollers

Tel.: 93 842 50 00



www.fphag.org

2026 © Departament de Comunicació | Fundació Privada Hospital Asil de Granollers