



BASES DE LA XI EDICIÓN DE LOS PREMIOS A LAS MEJORES PRÁCTICAS EN COMUNICACIÓN INTERNA

El Instituto de Empresa, S.L., la revista Capital Humano del Grupo Wolters Kluwer y ATREVIA, a través de su *Observatorio de la Comunicación Interna (OCI)*, convocan la **XI edición de los Premios a las Mejores Prácticas en Comunicación Interna**, con el objetivo de conocer y premiar las nuevas iniciativas de Comunicación Interna, así como el desarrollo de estas y de sus profesionales dentro de las empresas y otros organismos, ya sean públicos o privados.

El principal objetivo de estos premios es identificar y reconocer aquellas prácticas que, en el contexto de cambio que viven las organizaciones, marcan tendencia en comunicación Interna y experiencia de Personas por su innovación, impacto y excelencia en cualquiera de las categorías seleccionadas.

Entendemos por innovación el diseño e implantación de una acción de Comunicación Interna que aporte novedad en cuanto al enfoque estratégico, el **canal**, la **metodología** o el **contenido**.

Tres criterios clave para identificar las mejores prácticas en Comunicación Interna:

- a) **Estrategia**: capacidad de proyección de los objetivos a alcanzar en un marco claro, planificado, que racionaliza y da sentido al despliegue táctico de acciones desarrolladas.
- b) **Creatividad**: diferenciación demostrada en la iniciativa y el diseño de la experiencia. Ideas que se alejen de lo común en el campo de la conceptualización, visualización e impacto de las acciones desarrolladas.
- c) **Orientación a resultados**: demostración del impacto del proyecto y de la consecución de los objetivos marcados a través de KPI y analíticas. **Es imprescindible que las experiencias presentadas aporten indicadores para evaluar el éxito de la práctica**, por lo que los proyectos candidatos

deben estar en **un proceso de implantación avanzado** de manera que se puedan ofrecer resultados medibles.

Podrán optar a los premios, en cada una de sus categorías, empresas e instituciones públicas cuya actividad se desarrolle en España o Latinoamérica. En ningún caso podrán optar a los premios personas físicas.

Las empresas que formen parte del Observatorio de Comunicación Interna podrán optar a los premios, pero no tendrán representación en el jurado durante la votación de las categorías a las que opte su candidatura.

Los premios se otorgarán en las siguientes **categorías**:

1. Mejor campaña de Comunicación Interna

Campañas de impacto y con alto contenido creativo encaminadas a informar, comprometer, reconocer o fomentar la participación, mejorando la satisfacción general y la experiencia de empleado.

2. Mejor estrategia de Comunicación Interna para la gestión del cambio y la transformación

Planificación estratégica y acciones tácticas destinadas a manejar situaciones en contextos de transición o adopción de una nueva cultura o nuevos comportamientos necesarios para alcanzar los objetivos corporativos.

3. Mejor práctica de Comunicación Interna en el ámbito de la RSE y gestión responsable

Acciones de Comunicación Interna vinculadas a la Responsabilidad Social Empresarial, en las que la implicación del empleado juega un papel protagonista.

4. Mejor sistemática de canales, soportes y herramientas para la Comunicación Interna

Proyectos de racionalización de contenidos a través de la combinación de distintos canales y herramientas de Comunicación Interna, segmentando por públicos y contextos y que permiten un impacto más eficaz.

5. Mejor herramienta de Comunicación Interna

Herramientas tanto online como offline. Revistas y publicaciones, plataformas y aplicaciones, displays, pantallas, etc.

6. Mejor práctica de Comunicación Interna en Latinoamérica

En esta categoría se recibirán campañas, planes o acciones dentro de una estrategia general de Comunicación Interna, implementada por empresas en Latinoamérica. El proyecto puede haberse desarrollado, o estar en proceso, en uno o más países. Las candidaturas enmarcadas en esta categoría no participarán en las demás.

Para dar cabida al reconocimiento de más prácticas desarrolladas en Latinoamérica, esta categoría premiará dos iniciativas atendiendo al tamaño de la empresa que se presenta:

- Mejor práctica para compañías de menos de 500 empleados
- Mejor práctica para compañías de más de 500 empleados

7. Mejor práctica de Comunicación Interna en Pymes

Campañas, planes o acciones dentro de una estrategia general de Comunicación Interna implementada en empresas con un tamaño que no supere los 250 empleados¹. Las candidaturas enmarcadas en esta categoría no participarán en las demás.

Cada organización podrá presentar **un máximo de tres experiencias**, ya sea en una misma categoría o en diferentes. Una única experiencia podrá presentarse a un máximo de tres categorías.

Para optar a los Premios, es imprescindible que las empresas participantes cumplieren la **Ficha de candidatura** en castellano.

La ficha es un documento distribuido en:

- *Resumen* (200 palabras). En caso de que la experiencia resulte ganadora, este resumen **podrá publicarse o utilizarse para la difusión de notas de prensa y otros informes realizados por el OCI**.
- *Descripción de la práctica de Comunicación Interna* (extensión máxima: 3000 caracteres con espacios), que incluye: situación de partida, objetivos, estrategia, principales acciones tácticas y resultados.

En la ficha se solicita la inclusión de imágenes que representen o identifiquen la esencia del proyecto, y/o al equipo que lo ha desarrollado.

¹ Fuente: *Ministerio de Industria, Energía y Turismo*.

Cada candidatura puede incluir un máximo de **tres documentos complementarios** en castellano, los cuales pueden ser, por ejemplo: imágenes o recursos gráficos, vídeos (que no excedan los 3 minutos), revista, dossier, presentación Prezi o PowerPoint (con una extensión máxima de 10 diapositivas), así como links o enlaces correspondientes a la categoría (página web, intranets, plataforma de social medias, vídeos online...).

La ficha se enviará al e-mail: oci@atrevia.net y la documentación complementaria deberá ser enviada a través de un enlace de wetransfer o dropbox.

En la medida de lo posible, se ruega no enviar material físico, excepto en el caso de la categoría 5, que premia a la **Mejor herramienta de Comunicación Interna**, para la cual es conveniente contar con el soporte físico en caso de presentar una publicación offline. Se podrá solicitar la devolución del material; en caso de que así se desee, se deberá informar en la inscripción de la candidatura. El material deberá remitirse a María Alejandra Sánchez Galindo, ATREVIA, C/Arturo Soria 99, 28043 Madrid.

Las candidaturas que no cumplan todos los requisitos no serán tenidas en cuenta. **Los casos donde no se presenten resultados podrán ser descartados de la valoración por el jurado.**

En caso de que las candidaturas recibidas en una categoría no cumplan con los criterios de valoración, o no se alcance un número mínimo de proyectos presentados, el jurado podrá declarar desierta la categoría.

La documentación podrá ser utilizada por el Observatorio de Comunicación Interna exclusivamente con fines académicos, didácticos y de investigación, garantizando la devolución de los materiales entregados, si así es requerido por los participantes.

El plazo de presentación de las candidaturas será desde las 00h00m del **día 04 de diciembre de 2019** hasta las 23h59m del **día 31 de enero de 2020**. La participación en los premios no implicará ningún coste.

Formarán parte del Jurado:

- a. Los miembros del Consejo Directivo formado por: el Instituto de Empresa, ATREVIA y Wolters Kluwer.
- b. Los representantes de las empresas que conforman el Consejo Asesor del Observatorio: BBVA, DKV Seguros, Ferrovial, GAES, Naturgy, IKEA, Novartis y Securitas Direct.

Los finalistas y ganadores serán notificados directamente. Se harán públicos los resultados en la web del observatorio, www.observatoriocomunicacioninterna.es y se hará difusión en medios de comunicación y redes sociales.

La entrega de Premios se realizará en un acto privado, convocado al efecto con asistencia de medios de comunicación, que tendrá lugar en el primer semestre de 2020.

Los Premios tendrán carácter honorífico y carecerán de dotación económica. Los ganadores recibirán una estatuilla de diseño exclusivo y un diploma acreditativo del galardón obtenido.

Los ganadores se comprometen a presentar su proyecto en un evento de carácter público y académico, a realizarse a partir del primer semestre de 2020.

Los casos prácticos podrán ser publicados en la revista Capital Humano, la Revista de Comunicación y en informes o reseñas publicados desde el OCI. Asimismo, podrán ser mencionados por el Observatorio a través de diferentes canales, incluyendo la Web y los perfiles de LinkedIn, Twitter y otros medios de comunicación.

Los participantes confirmarán con la entrega de las prácticas ser los legítimos autores de las mismas y garantizarán que no violan derechos de propiedad intelectual o industrial de terceros. Los participantes asumirán frente al Instituto de Empresa S.L., Wolters Kluwer y ATREVIA, cualquier responsabilidad que se derive del incumplimiento de estas manifestaciones y garantías.

La organización se reserva el derecho a exigir a los participantes que acrediten, en la manera que estimen conveniente, su autoría sobre los casos prácticos.

Los participantes autorizarán la comunicación pública de sus trabajos en las webs del Instituto de Empresa S.L., Wolters Kluwer y ATREVIA así como en cualquier medio que éstas consideren adecuado para publicitar el concurso desde que se inicie la participación en el concurso hasta que se conozca el proyecto ganador.

El participante ganador cederá al Instituto de Empresa, S.L., Wolters Kluwer y ATREVIA los derechos de reproducción, distribución, comunicación y transformación de este por el tiempo máximo de duración de tales derechos y en todos los países.

Los participantes, por el hecho de presentar sus candidaturas, aceptan las presentes bases y la decisión del Jurado, renunciando a toda reclamación.