

XII EDICIÓN DE LOS PREMIOS A LAS MEJORES PRÁCTICAS EN COMUNICACIÓN INTERNA



OBSERVATORIO
DE COMUNICACIÓN
INTERNA
personas · cultura · experiencia

ie BUSINESS SCHOOL



Wolters Kluwer

ATREVIA

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

I. INTRODUCCIÓN

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 **XII 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 su desarrollo e implementación dentro de las empresas y otras organizaciones, ya sean públicas o privadas.

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 en la gestión 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**.

II. CRITERIOS DE VALORACIÓN:

El Observatorio evaluará 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 las 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's 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. **Aquellas candidaturas que no presenten KPI's relevantes no serán tomadas en consideración por el jurado.**

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.

III. CATEGORÍAS

Los premios se otorgarán en las siguientes categorías:

- 1. Mejor Campaña Integral de Comunicación Interna:** campañas de alto impacto y contenido creativo encaminadas a informar, involucrar, reconocer o fomentar la participación, mejorando la satisfacción y la experiencia del empleado. Con resultados de impacto y alcance que demuestren una comunicación interna eficaz respecto a sus objetivos o una mejora considerable, respecto a anteriores campañas.
- 2. Mejor Idea/Concepto Creativo:** iniciativas que sobresalen por su alto contenido creativo y originalidad en su conceptualización y relato.
- 3. Mejor Sistemática de Canales, Soportes y Herramientas para la Comunicación Interna:** organización de canales, formatos y contenidos, para garantizar el alcance en tiempo y forma óptimos a los diferentes públicos internos.
- 4. Mejor Herramienta de Comunicación Interna:** herramientas tanto online como offline creadas para la comunicación interna. Revistas y publicaciones, plataformas y aplicaciones, displays, pantallas, etc. Que consigan gran impacto y engagement entre los empleados.
- 5. Mejor Sistema de Medición de la eficacia y el impacto de la Comunicación Interna:** sistemas y metodologías de medición y evaluación de la comunicación interna que permiten medir el grado de satisfacción, impacto, pertinencia y relevancia para los empleados. También la medición del grado de eficacia respecto a los objetivos marcados.
- 6. Mejor Práctica de Comunicación Interna en el Ámbito de la RSE y la Gestión Sostenible:** eficacia de acciones de comunicación interna vinculadas a la

responsabilidad social empresarial y la sostenibilidad, en las que se busque la sensibilización e involucración de los empleados.

7. **Mejor Práctica de Comunicación Interna para el Cambio Cultural:** iniciativas de comunicación interna llevadas a cabo con el objetivo de fomentar la transformación de las formas de relacionarse y trabajar, en relación con la cultura organizativa, tanto para impulsar la estrategia de negocio, como para afrontar cambios organizativos.
8. **Mejor Práctica para la Transformación Digital de la Comunicación Interna:** iniciativas de comunicación interna que incorporan Big Data, IA, Machine Learning, automatizaciones u otros desarrollos tecnológicos, con el fin de hacer la comunicación, más ágil, más relevante y participativa, a la vez que consigue impulsar la transformación digital corporativa.
9. **Categoría especial a la Mejor Práctica de Comunicación Interna en el contexto de la pandemia del COVID-19:** planes de prevención y sensibilización destinados al cuidado de la salud física y psicológica de los trabajadores y acciones de RSE orientadas a solventar la situación originada por la pandemia.

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

IV. PRESENTACIÓN DE CANDIDATURAS

Para optar a los Premios, es imprescindible que las empresas participantes cumplimenten 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: 3.000 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.

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 al mismo correo a través de un enlace de Wettransfer o Dropbox.

En la medida de lo posible, se ruega no enviar material físico, excepto en el caso de la categoría 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 la atención de:

Angélica Gómez, 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 00:00 h. del día 24 de marzo de 2021 hasta las 23:59 h. del día 26 de abril de 2021.**

La participación en los premios no implicará ningún coste.

V. COMPOSICIÓN DEL JURADO Y COMUNICACIÓN DE RESULTADOS

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, IKEA, Novartis, Quirón Salud 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 el **segundo semestre del año 2021.**

En caso de fuerza mayor, provocada por la evolución de la pandemia del covid-19, la entrega de premios podrá llevarse a cabo de forma virtual. En todo caso, el observatorio podrá postergar la fecha de la entrega de premios, si lo considerase pertinente.

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 segundo semestre del año 2021.

VI. USO DE LA INFORMACIÓN

Los casos ganadores podrán ser publicados en la revista Capital Humano 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 sus 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 el momento en que se inicie la participación 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.