

BASES DE LA XIV 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 La Ley y ATREVIA, a través de su *Observatorio de Comunicación Interna (OCI)*, convocan la **XIV EDICIÓN DE LOS PREMIOS A LAS MEJORES PRÁCTICAS EN COMUNICACIÓN INTERNA**, los cuales se regirán según las siguientes bases:

El principal objetivo de estos premios es identificar y reconocer aquellas prácticas que marcan tendencia en comunicación Interna y en la gestión de personas dentro de las organizaciones públicas o privadas, 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) **Enfoque estratégico**: capacidad de proyección de los objetivos a alcanzar dentro de 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 campaña. Aquellas 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 indicadores de medición.

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 o privadas** 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 de Comunicación Interna:** Campañas de alto impacto, que destacan por su creatividad y originalidad, encaminadas a informar, involucrar, reconocer o fomentar la participación de los empleados; con resultados de impacto y alcance que demuestren una comunicación interna eficaz respecto a sus objetivos y a la estrategia de la organización .
2. **Mejor Sistemática de Canales, Soportes y Herramientas para la Comunicación Interna:** proyectos que permiten evidenciar una estructura y organización de canales, formatos y contenidos adecuada, para garantizar el alcance de la comunicación en tiempo y forma óptimos para los diferentes públicos internos.
3. **Mejor Herramienta de Comunicación Interna:** herramientas tanto online como offline creadas para la comunicación interna: revistas y publicaciones, plataformas, aplicaciones móviles, displays, pantallas, etc. Así como herramientas digitales que incorporan IA, Machine Learning u otros desarrollos tecnológicos con el fin de hacer la comunicación más ágil, más relevante y participativa.
4. **Mejor Práctica de Comunicación Interna en el Ámbito de la Sostenibilidad:** acciones de comunicación interna eficaces relacionadas con la gestión sostenible, el compromiso con el medio ambiente y/o la acción social de las organizaciones, que buscan sensibilizar e involucrar al público interno.
5. **Mejor Práctica de Comunicación Interna para la Transformación Cultural:** iniciativas de comunicación interna llevadas a cabo con el objetivo de fomentar la transformación de la cultura corporativa, la digitalización, la adopción de nuevas formas de trabajar y de nuevos comportamientos, tanto para impulsar la estrategia de negocio, como para afrontar cambios organizativos.
6. **Mejor Campaña de Comunicación Interna para potenciar la Experiencia de Empleado:** iniciativas desarrolladas para apoyar procesos del área de Personas y gestión del talento en las organizaciones, que impactan de forma positiva en la experiencia del empleado en cualquier de sus etapas, con resultados favorables en la satisfacción y engagement del empleado.
7. **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.

8. **Mejor Campaña de CI para la activación de embajadores de marca:** acciones desarrolladas por las compañías con el fin comprometer a sus empleados, motivándolos a convertirse en embajadores de marca y de esta manera influir positivamente en la reputación tanto de la empresa como del sector al que pertenece.

Cada organización podrá presentar **un máximo de tres iniciativas**, ya sea en una misma categoría o en diferentes. Y a su vez, 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 el formulario de inscripción online en castellano disponible en la página web del OCI www.observatoriocomunicacioninterna.es

El formulario de inscripción online está distribuido en:

- **Ficha técnica:** Que reúne información básica de la compañía, datos de contacto y del proyecto/campaña con la cual participa, así como la(s) categoría(s) a las que se postula.
- **Resumen** (extensión máxima: **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: 4.000 caracteres con espacios) que incluye: situación de partida, objetivos, estrategia, principales acciones tácticas y resultados.

Las empresas podrán adjuntar al formulario los archivos que consideren necesarios como información complementaria o anexos, los cuales serán tenidos en cuenta por el jurado al momento de valorar su(s) candidatura(s). Si el tamaño de los documentos supera las 2MB, podrán enviarlos al correo oci@atrevia.com indicando nombre de la empresa, categoría y proyecto al cual corresponden.

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 en pdf (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...).

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 14 de septiembre hasta las 23:59 h. del día 6 de octubre de 2023.

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 La Revista Capital Humano.
- b. Los representantes de las empresas que conforman el Consejo Asesor del Observatorio: BBVA, DKV Seguros, Endesa, 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 evento de carácter público y académico, convocado al efecto con asistencia de medios de comunicación, que tendrá lugar en la fecha convenida por el consejo director y asesor en último trimestre de 2023, evento en el cual los ganadores se comprometen a presentar su proyecto.

En caso de fuerza mayor, 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.

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., Capital Humano 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., la revista Capital Humano 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., la revista Capital Humano 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.