



BASES DE LA IX 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 e Identidad Corporativa*, convocan la IX 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 las mismas y de sus profesionales dentro de las empresas y otros organismos, ya sean públicos o privados.

1. El principal objetivo que persiguen estos premios es identificar y reconocer aquellas prácticas de Comunicación Interna que marcan tendencia en cuanto a la innovación, excelencia e impacto, dentro del contexto y necesidades de la organización en cualquiera de las categorías seleccionadas.

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

Dos criterios clave para identificar las mejores prácticas en Comunicación Interna: creatividad y orientación a resultados.

a) **Creatividad**: diferenciación demostrada en la iniciativa y el diseño de la experiencia. Ideas que se alejen de lo común en el campo de la Comunicación Interna, relacionadas con el aprovechamiento de oportunidades y la búsqueda de nuevos planteamientos.

b) **Orientación a resultados**: demostración de la recepción, implantación y compromiso de los empleados con el proyecto, de manera que se refleje una práctica de Comunicación Interna eficaz y efectiva en cuanto a las necesidades internas de la organización.

Por ello, **es fundamental que las experiencias presentadas aporten indicadores para evaluar el éxito de la práctica**. Es imprescindible que los proyectos candidatos estén en **un proceso de implantación avanzado** de manera que se puedan ofrecer resultados medibles.

2. 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.
3. Las empresas que formen parte del Observatorio de Comunicación Interna e Identidad Corporativa podrán optar a los premios pero no tendrán representación en el jurado durante la votación de las categorías a las que opte su candidatura.
4. Los premios se otorgarán en las siguientes categorías:

1. Mejor campaña de Comunicación Interna

Campañas de impacto encaminadas a informar, comprometer y mover a la acción en proyectos estratégicos de comunicación de valores corporativos, engagement o marca Interna, así como aquellas acciones puntuales destinadas a la comunicación de proyectos más operativos como pueden ser campañas para el ahorro de costes, lanzamiento de herramientas, nuevos procesos, etc.

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

Planificación estratégica y acciones tácticas destinadas a manejar situaciones en contextos de transición corporativa tales como fusiones, adquisiciones, reestructuraciones y/o transformaciones estratégicas que conlleven una necesidad de permear mensajes y generar compromiso.

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. El éxito de estas acciones quedará manifestado en dicha implicación y su aportación a la organización.

4. Mejor estrategia y plataforma online para la gestión eficaz de la Comunicación interna

Estrategia de Social Media e implantación de herramientas y canales 2.0 que fomenten la colaboración y participación de los empleados. En esta categoría se incluyen: blogs, wikis, aplicaciones específicas, redes sociales internas, intranets, portales, microsites, etc.

5. Mejor publicación para la Comunicación Interna

A esta categoría pertenecen herramientas con soporte **físico o digital** como: cartelería, vinilos, revistas, boletines, newsletters, 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.

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.

5. 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.
6. Para optar a los Premios, es imprescindible que las empresas participantes cumplan la **Ficha de candidatura** en castellano.
7. La ficha es un documento distribuido en:
 - *Resumen* (500 palabras). En caso de que la experiencia resulte ganadora, este resumen **se publicará** en el Informe de los VIII Premios a las mejores prácticas en Comunicación Interna.
 - *Descripción de la práctica de Comunicación Interna* (extensión máxima: 2.500 caracteres con espacios), que incluye: situación de partida, objetivos, estrategia, principales acciones tácticas y resultados.
8. 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.
9. 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

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

enlaces correspondientes a la categoría (página web, intranets, plataforma de social medias, vídeos online...).

10. 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.

11. En la medida de lo posible, se ruega no enviar material físico, excepto en el caso de la categoría 6, que premia a la **Mejor publicación 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 Ana Barragán, ATREVIA, C/Arturo Soria 99, 28043 Madrid.

12. 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.**

13. 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.

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

15. El plazo de presentación de las candidaturas será desde las 00h00m del día **11 de octubre** hasta las 23h59m del **día 13 de noviembre de 2017**. La participación en los premios no implicará ningún coste.

16. 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, Siemens, DKV Seguros, Ferrovial, GAES, Gas Natural Fenosa, IKEA, Novartis y Seur.

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

18. 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 2018.

- 19.** 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 finalistas (en caso de haberlos) recibirán un diploma.
- 20.** Los ganadores se comprometen a presentar su proyecto en un evento de carácter académico, a realizarse a partir del primer semestre de 2018.
- 21.** Los casos prácticos podrán ser publicados en la revista Capital Humano, la Revista de Comunicación y en el IX Informe de los Premios a las mejores prácticas en Comunicación Interna. 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.
- 22.** 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.
- 23.** 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.
- 24.** 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.
- 25.** El participante ganador cederá al Instituto de Empresa, S.L., Wolters Kluwer y ATREVIA los derechos de reproducción, distribución, comunicación y transformación del mismo por el tiempo máximo de duración de tales derechos y en todos los países.
- 26.** Los participantes, por el hecho de presentar sus candidaturas, aceptan las presentes bases y la decisión del Jurado, renunciando a toda reclamación.