BASES DE LA XVI 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 **XVI 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 KPIs 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:

Premio a la Transformación Cultural
Reconoce iniciativas que facilitan la adopción de nuevas formas de trabajar, fortalecen la cultura, conectan con el propósito, posicionan la propuesta de valor al empleado y fortalecen el sentido de pertenencia.

Premio a la Experiencia, Compromiso de los Empleados y Employer Branding
Reconoce proyectos que mejoran la conexión, participación y experiencia de las personas dentro de la organización a través de campañas para públicos deslocalizados; programas de engagement; comunicación orientada a potenciar o trasladar la experiencia del empleado; campañas de employer branding y proyectos para fomentar el orgullo de pertenencia.

Premio al impacto en la estrategia
Reconoce iniciativas que facilitan la comprensión de la estrategia, estrategias de medición sobre impacto e interiorización de mensajes y proyectos destinados a fortalecer el rol del líder en la comunicación de la estrategia.

Premio a la Innovación y Adopción de la IA
Reconoce iniciativas que incorporan nuevas formas de comunicar, trabajar o transformar la organización mediante la innovación y la IA.

Premio de honor:
Se concederá a un director de comunicación interna o perfil académico de especial relevancia en la difusión y promoción de la buena práctica de la comunicación interna.
Las candidaturas en esta categoría deberán presentar una biografía de una extensión máxima de 5.000 caracteres con espacios, en la que se destaquen tres méritos o hitos concretos de la contribución de la persona propuesta al desarrollo de la disciplina de la comunicación interna.

Cada organización podrá presentar **un máximo de tres candidaturas**, ya sea en una misma categoría o en diferentes. Y a su vez, una única iniciativa podrá presentarse a **un máximo de dos 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:* 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: 1.000 caracteres). *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, así como información complementaria o anexos, los cuales serán tenidos en cuenta por el jurado en el 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…).

Solo la candidatura al premio de honor se hará llegar directamente por correo electrónico (oci@atrevia.com) con una biografía de máximo 4.000 caracteres con espacios, añadiendo la explicación de 3 hitos o méritos profesionales que apoyen la candidatura, con una redacción de máximo 1000 caracteres con espacio para cada uno.

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 hasta las 23:59 h. del día 18 de noviembre de 2026.

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: Endesa, Moeve, TKE y Verisure.

Los finalistas y ganadores serán notificados directamente. Se harán públicos los resultados en la web del observatorio: https://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, 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.