

6^a
EDICIÓN

FORO PREMIOS **AFECTIVO** **J** VI EDICIÓN - 2020
EFFECTIVO

Guía práctica para la presentación de candidaturas

Convocatoria abierta del 10 de febrero al 23 de marzo de 2020





“El Modelo Afectivo-Efectivo es la forma de cuidar y curar al paciente como persona, con base en la evidencia científica, incorporando la dimensión de la dignidad y la humanidad del paciente, estableciendo una atención basada en la confianza y empatía, y contribuyendo a su bienestar y a los mejores resultados posibles en salud”.

¿Para qué sirve esta guía?

Después de cuatro ediciones, desde la Secretaría Técnica del Foro Premios Afectivo Efectivo se ha constatado que la mayoría de los proyectos ganadores, además de cumplir con los criterios de valoración que puntúa el jurado, tienen algo en común: su plantilla de candidatura está especialmente bien completada.

La guía que tenéis en vuestras manos está pensada para ayudar a hacer aún más eficiente la presentación de vuestro proyecto, a sacarle el máximo partido y a demostrarle al jurado cuál es el auténtico valor de vuestro trabajo y porqué es digno de premio.

Como sabéis por experiencia propia, realizar un buen proyecto lleva tiempo y energía. Por eso es fundamental dedicarle esfuerzo a presentarlo como merece.

Esta guía os facilitará la presentación de vuestra candidatura para hacerla más atractiva y sin tener que dedicarle mucho tiempo.

En 3 sencillos pasos

1



Antes de empezar



2



**Claves para completar
de forma atractiva
la plantilla**



3



Aspectos a evitar



Antes de empezar

Seguro que vuestro proyecto encaja con los valores en los que se asienta el Modelo Afectivo Efectivo y por ello habéis decidido presentarlo (o volver a presentarlo) en esta edición.

La plantilla oficial de candidaturas que se ofrece a los participantes es una plantilla muy sencilla diseñada en Power Point y pensada para que cualquier persona pueda completarla sin dificultad.

Eso sí, os recomendamos que antes de comenzar a rellenarla, le dediquéis unos minutos a repasarla, para descubrir sus diferentes apartados y ver qué información sobre vuestro proyecto deberéis recopilar antes de empezar a completarla.

Básicamente, tendréis que completar este esquema:

- **Título del proyecto**

Incluid además un subtítulo, servirá para describir mejor el proyecto.

- **Objetivos y público al que va dirigido**

Debéis destacar los objetivos del proyecto y el público al que se dirige.

- **Descripción**

Disponéis de una página y media para hacerlo, de forma breve y directa.

- **Resultados obtenidos**

Tendréis dos páginas para resumirlos, aunque no es necesario ocupar ambas si el proyecto no lo requiere.

- **Criterios de valoración para las categorías 1,2,3,4,6 y 7***

Son seis criterios de valoración que serán puntuados por el Jurado entre 0 y 2 puntos cada uno.

1 Modelo AE

2 Innovación

3 Impacto social

4 Relevancia

5 Aplicación y utilidad

6 Divulgación

*La categoría 5 se rige por criterios periodísticos.

1 Modelo AE:

Analizad los aspectos del proyecto que más lo vinculen a los valores del modelo afectivo-efectivo. Recordad que hay proyectos sencillos y con pocos medios que están cargados de humanismo. Destacadlos.

2 Innovación:

Pensad qué es lo que lo hace innovador, original, diferente... por pequeño que sea.

3 Impacto social:

Mostrad el impacto que tiene, tanto cuantitativo como cualitativo.

4 Relevancia:

Mostrad datos objetivos, testimonios y todo lo que pueda ayudar a demostrar que el proyecto ha sido relevante.

5 Aplicación y utilidad:

Se tendrá en cuenta la utilidad del proyecto, y su contribución a la mejora de la salud y calidad de vida de los pacientes, y al bien común. También se valorará la capacidad que tenga para ser replicado.

6 Divulgación:

Explicad con qué medios y canales de difusión habéis contado para dar a conocer el proyecto y llegar al público objetivo.

Además, tened en cuenta que:

- **En la descripción podréis incluir tres imágenes**, para que el proyecto “entre por los ojos”. Os recomendamos que le deis importancia a esas imágenes. Los logotipos y los esquemas nunca comunican tan bien como las imágenes de personas, los pequeños detalles, las escenas que transmitan emociones...
- **Los anexos no son imprescindibles**. Adjuntadlos solo si son muy destacables o necesarios para entender el alcance del proyecto. Podréis añadirlos en el apartado final, pero recordad que si el proyecto está bien contado en la plantilla, el jurado no los necesitará.

RECOMENDACIÓN:

Recopilad toda la información antes de empezar

Es muy práctico crear una carpeta (física o en el ordenador) y guardar en ella los documentos que haya generado el proyecto: presentaciones, informes de resultados, apariciones en medios, imágenes, vídeos, memorias, etc.

Extraed los datos principales en un papel

O en un soporte donde podáis anotar, garabatear, jugar con ellos, darles la vuelta... Veréis cómo al final cobran sentido y es así como luego los volcaréis fácilmente en la plantilla.



Claves para completar de forma atractiva la plantilla

Una vez que comencéis a completar la plantilla podréis parar cuando lo necesitéis y continuar más adelante. Lo importante es que no tengáis prisa en terminarla.

Hay 3 claves de gran utilidad para la presentación de cualquier proyecto:

- 1 Organización
- 2 Dinamismo
- 3 Concisión

1 Organización

La plantilla ya está estructurada en apartados, lo que os facilitará la organización de la información que queráis presentar, para no mezclar aspectos y no dejaros ninguno.

Ejemplos de algunas claves para ordenar la información:

- **Objetivos:** Si solo es uno, seguro que se puede decir en dos líneas. Si son muchos, enumeradlos y así se entenderán a simple vista.
- **Público:** El proyecto puede incidir sobre un sector de la población, y afectar de forma indirecta a otros. Segmentadlos, describidlos. Los esquemas, números o iconos ayudan a entender muy bien los públicos a los que llega una acción.
- **Desarrollo:** Imaginad que se lo estáis contando a alguien que no conoce absolutamente nada del proyecto pero que tiene poco tiempo para atenderos. Seguro que sois capaces de que lo entienda y lo valore si os quedáis solo con lo fundamental.
- **Resultado:** Los proyectos candidatos deben haber sido ya realizados, así que podréis compartir resultados. Haced hincapié en aquello que lo convierte en destacable: en unos casos puede ser la magnitud, en muchos otros la originalidad. No hay proyecto pequeño, seguro que tiene algo que lo hace único. Dadle a ese aspecto la importancia que merece.

2 Dinamismo

Un texto dinámico se hace más agradable de leer. Esto se consigue intentando no decir más de una vez lo mismo y utilizando un vocabulario lo más amplio posible. Si en algún caso tenéis que explicar algo que ya habéis contado, evitad cortar y pegar el mismo texto. Contadlo de otra manera y captaréis aún más la atención del jurado.

3 Concisión

Vosotros, como promotores del proyecto tenéis una cantidad enorme de información sobre él. Sin embargo, es más fácil que el jurado lo entienda y le seduzca si sois capaces de contarlo en pocas palabras, de forma clara y atractiva. Recordad: muchas veces, menos es más.

RECOMENDACIÓN:

Comprobad que tenéis los permisos necesarios para hacer uso de las fotografías del proyecto, sobre todo si en ellas aparecen personas vulnerables o menores de edad.

En todo caso, desde Foro Premios Afectivo Efectivo no se hará ningún uso o difusión de las mismas.

3 Aspectos a evitar

En la historia de Foro Premios Afectivo Efectivo, ya se han superado las mil candidaturas. Por eso podemos compartir algunos aspectos que podrían deslucir la presentación de un proyecto:

- Letra con características de otro documento
- Textos en mayúsculas
- Cajas de texto desbordadas
- Fotos e imágenes



Objetivos de la campaña y público objetivo

Describe aquí los objetivos de la campaña y el público destinatario de la misma.

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.



Objetivos de la campaña y público objetivo

Describe aquí los objetivos de la campaña y el público destinatario de la misma.

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT, SED DO EUISMOD TEMPOR INCIDIDUNT UT LABORE ET DOLORE MAGNA ALIQUA, UT ENIM AD MINIM VENIAM, QUIS NOSTRUD EXERCITATION ULLAMCO LABORIS NISI UT ALIQUIP EX EA COMMODO CONSEQUAT. DUIS AUTE IRURE DOLOR IN REPREHENDENT IN VOLUPTATE VELT ESSE CILLUM DOLORE EU FUGIAT NULLA PARIATUR, EXCEPTEUR SINT OCCAECAT CUPIDATAT NON PROIDENT, SUNT IN CULPA QUI OFFICIA DESERUNT MOLLIT ANIM ID EST LABORUM. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT, SED DO EUISMOD TEMPOR INCIDIDUNT UT LABORE ET DOLORE MAGNA ALIQUA, UT ENIM AD MINIM VENIAM, QUIS NOSTRUD EXERCITATION ULLAMCO LABORIS NISI UT ALIQUIP EX EA COMMODO CONSEQUAT. DUIS AUTE IRURE DOLOR IN REPREHENDENT IN VOLUPTATE VELT ESSE CILLUM DOLORE EU FUGIAT NULLA PARIATUR, EXCEPTEUR SINT OCCAECAT CUPIDATAT NON PROIDENT, SUNT IN CULPA QUI OFFICIA DESERUNT MOLLIT ANIM ID EST LABORUM. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT, SED DO EUISMOD TEMPOR INCIDIDUNT UT LABORE ET DOLORE MAGNA ALIQUA, UT ENIM AD MINIM VENIAM, QUIS NOSTRUD EXERCITATION ULLAMCO LABORIS NISI UT ALIQUIP EX EA COMMODO CONSEQUAT. DUIS AUTE IRURE DOLOR IN REPREHENDENT IN VOLUPTATE VELT ESSE CILLUM DOLORE EU FUGIAT NULLA PARIATUR, EXCEPTEUR SINT OCCAECAT CUPIDATAT NON PROIDENT, SUNT IN CULPA QUI OFFICIA DESERUNT MOLLIT ANIM ID EST LABORUM. LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT, SED DO EUISMOD TEMPOR INCIDIDUNT UT LABORE ET DOLORE MAGNA ALIQUA, UT ENIM AD MINIM VENIAM, QUIS NOSTRUD EXERCITATION ULLAMCO LABORIS NISI UT ALIQUIP EX EA COMMODO CONSEQUAT.



Descripción de la campaña 1/3

Describe aquí la campaña. Recuerda que el jurado valorará los siguientes criterios: Aproximación al Modelo Activo-Efectivo, innovación, impacto social, relevancia, aplicación y utilidad, y divulgación de la campaña candidate. Mas adelante encontrará espacio para detallar los resultados obtenidos y para resumir estos criterios.



>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt, explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit, aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, velositate, sed quia non...



Letra con características de otro documento

Al copiar de distintos documentos, aseguros de poner todos los textos juntos en un documento de texto y darles el formato solicitado (Arial, 11 puntos) o unificarlos en la propia plantilla.

Textos en mayúsculas

Leer un texto largo que abusa de las mayúsculas es difícil y cansado. Es mejor usarlas solo para los títulos, o para destacar conceptos o palabras sueltas.

Cajas de texto desbordadas

Es importante ceñirse al espacio destinado para cada apartado. Los textos que sobresalen de las cajas se leen con mucha dificultad. Si es necesario, siempre se pueden añadir anexos a la presentación.



Descripción de la campaña 1/3

AFECTIVO | EFECTIVO

Describe aquí la campaña. Recuerda que el jurado valorará los siguientes criterios: Aproximación al Modelo Afectivo-Efectivo, innovación, creatividad, relevancia, aplicación y utilidad, y divulgación de la campaña candidateada. Más adelante encontrarás espacio para detallar los resultados obtenidos y para resumir estos criterios.

Si lo deseas puede incluir aquí una foto.
Por favor, no utilice este espacio para poner texto.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation, ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse, cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation, ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse, cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

- Lorem ipsum dolor sit amet
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua
- Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation, ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat

janssen

CÁTEDRAS EN RED

Fotos e imágenes

Como todos sabemos, un documento resulta más atractivo cuando tiene imágenes. Si no disponéis de fotos del proyecto, siempre podréis recurrir a infografías, gráficos, incluso logos. También podéis utilizar fotos de bancos de imágenes gratuitos de internet, que pueden ayudaros a ilustrar bien el proyecto.

PENSAD EN ESTO...

Por un momento, poneos en el lugar de una persona que va a leer más de 400 proyectos.

Ahora, pensad cómo va a recibir el vuestro.

Si habéis seguido las recomendaciones que se recogen en esta guía, seguro que será:

- Fácil de revisar
- Agradable de ver y leer
- Difícil de olvidar

Os recordamos que tener la posibilidad de dar a conocer vuestro proyecto a un jurado multidisciplinar y representativo del ámbito sanitario ya es un buen motivo para participar en cada edición del Foro Premios Afectivo Efectivo.

Os esperamos en esta nueva convocatoria con vuestro nuevo proyecto o con alguno anterior siempre y cuando no haya sido premiado en ediciones anteriores.

Información y consultas:

Foro Premios Afectivo Efectivo

www.foropremiosafectivoefectivo.com

Secretaría Técnica:

foropremiosafectivoefectivo@its.jnj.com

FORO PREMIOS **J** VI EDICIÓN - 2020 **AFFECTIVO** **EFFECTIVO**

Organiza:



En colaboración con:

