

Objetivos del Premio Conciencia

El Premio Conciencia es un **reconocimiento** a las empresas que realicen acciones que tengan el fin de **promover un comportamiento consciente** sobre la **prevención** de los riesgos, la **previsión** de conductas o situaciones y la **proyección** de cambios positivos, para lograr una sociedad más **sustentable** y con una **mejor calidad de vida** para cada una **de las personas** que la integran.

Reconocemos la importancia del **desarrollo de la conciencia**, porque creemos que, todos podemos ser **agentes de cambio**, para mejorar nuestros hábitos y **crear comportamientos más positivos e inspiradores**, también desde las empresas, logrando el compromiso de las personas que, a través de **acciones colaborativas y solidarias**, desde la responsabilidad social empresaria, los planes y acciones de marketing, los desarrollos de proyectos, los planes de capacitación y toda otra actividad, que de alguna manera contribuya a una toma de conciencia, que **mejore nuestra sociedad, genere mayor inclusión social y promueva el cuidado de nuestro mundo**, porque es la casa que nos legaron.

BASES Y CONDICIONES DEL PREMIO CONCIENCIA 2018

La edición 2018 del **PREMIO CONCIENCIA** (en adelante el “**CONCURSO**”) es organizado por Grupo Sol Comunicaciones S.A. (en adelante el “**ORGANIZADOR**”) con domicilio en Lavalle 1616 piso 10º B, Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Con el Objeto de fomentar la participación de las Empresas que generen toma de conciencia y cambios positivos en los comportamientos de la sociedad, propuestos en este certamen (en adelante los “**PARTICIPANTES**”) para ser evaluados por Personalidades con visiones diversas sobre esta industria (en adelante el “**JURADO**”)

Para tal fin el CONCURSO se registrá por las siguientes **BASES Y CONDICIONES**.

1. La Inscripción al CONCURSO tendrá vigencia **desde el 1 de marzo de 2018 hasta el 10 de agosto de 2018**.
2. Podrán **postularse** al CONCURSO, **Organizaciones o Empresas** con operaciones en Argentina y **de todos los rubros, con acciones** que generen toma de conciencia y cambios positivos en los comportamientos (ver **Anexo I**) que hayan sido **realizadas en cualquier lugar**, por cualquier medio, a través de la empresa o en alianzas. Si bien pueden haber sido iniciadas con anterioridad, deberán haber tenido vigencia **dentro del lapso de los dos últimos años**.
3. Los **PARTICIPANTES** serán divididos en **3 categorías**: **SEGUROS**: comprende a todas las empresas que operan como aseguradoras. **BANCOS**: comprende a los bancos y compañías financieras. **EMPRESAS**: comprende al universo de empresas participantes de cualquier rubro, excluyendo a las “aseguradoras” y a las “financieras”.
4. **EL CONCURSO** se compone de **2 Etapas**. La primera Etapa de **Clasificación** (ver **Anexo II**) consiste en presentar una **reseña escrita** por medio de personas autorizadas por los PARTICIPANTES al ORGANIZADOR, que servirá para competir con un puntaje preliminar, para la **Clasificación de Finalistas**. La segunda etapa, Etapa **Final** (ver **Anexo III**) consta de una **Presentación Final Oral** de los PARTICIPANTES, Clasificados como Finalistas, ante el **JURADO** (ver **Anexo IV**) para determinar luego, por orden de puntaje obtenido en la Etapa Final, los ganadores de cada Categoría.

5. Para competir, los PARTICIPANTES deben enviar un email solicitando la reserva del caso a conciencia@solcomunicaciones.com.ar indicando su intención de participar con el asunto: **“Postulación al PREMIO CONCIENCIA 2018”** y deben cargar el **Formulario de inscripción** con los datos requeridos en www.premioconciencia.com.ar o dejarlos por escrito en el domicilio del ORGANIZADOR dentro de los plazos estipulados (ver punto 1). Habiendo cumplimentado el Formulario de inscripción el ORGANIZADOR enviará la factura según el canon correspondiente (ver **Anexo IV**). Una vez efectuado el pago quedará confirmada la inscripción.
6. Cumplimentada la Inscripción al CONCURSO las empresas y/o sus agencias o asesores, podrán solicitar una TUTORÍA DE ORIENTACIÓN con miembros de la organización para evaluar su participación y/o podrán programar TUTORÍAS RENTADAS para la preparación del caso. Las reuniones deberán concertarse previo acuerdo de disponibilidad horaria y deberán ser reservadas con la debida anticipación.
7. El JURADO evaluará en la Etapa I las **reseñas escritas** y material de apoyo presentado por los PARTICIPANTES y de acuerdo al puntaje obtenido, pasarán a la Etapa II Final.
8. El JURADO evaluará en la Etapa II las **presentaciones orales** de los Finalistas, donde cada compañía realizará una presentación oral ante el jurado con una duración máxima de quince (15 minutos) sin interrupciones. Las presentaciones orales deberán realizarse con apoyo de: Power Point o similar y/o video y/o material de apoyo. Este material y la presentación deberá entregarse al ORGANIZADOR cuatro días hábiles antes del día de la presentación oral y el material quedará a su resguardo. El ORGANIZADOR se reserva el derecho de incluir nuevas entidades al Jurado, así como las entidades seleccionadas se reservan el derecho a cambiar de representante para la integración del Jurado en común acuerdo con el ORGANIZADOR. Las decisiones del Jurado serán definitivas e inapelables.
9. PREMIOS: consistente en estatuillas de carácter honorífico sin connotación económica alguna. De acuerdo al procedimiento de votación descrito en el Anexo II de estas Bases y Condiciones, se premiará a las posiciones ubicadas en 1°, 2° y 3° lugar de la Categoría “Seguros”; 1°, 2° y 3° lugar de la Categoría “Bancos” y 1°, 2° y 3° lugar de la Categoría “Empresas”. Además de los premios citados podrán otorgarse menciones, si el Jurado así lo resuelve. Los premios serán entregados en un evento de premiación que llevará a cabo el ORGANIZADOR en lugar y fecha a definir. Los ganadores que no pudieran concurrir serán notificados en forma fehaciente. Los premios no son transferibles ni modificables.
10. Los ganadores del certamen serán publicados en el sitio web del ORGANIZADOR (www.premioconciencia.com.ar) y en el suplemento “Empresas con Conciencia” editado por la revista “NBS BANCOS Y SEGUROS”. El ORGANIZADOR se reserva el derecho de difusión de los casos a través de los distintos medios y otorga a las empresas ganadoras, el derecho de utilizar el premio en todas sus actividades y elementos de difusión interna y externa en tanto y en cuanto se mencione la fecha de premiación, dando por descontado que las empresas brindarán sus mejores esfuerzos en la difusión de este reconocimiento. El ORGANIZADOR se reserva la facultad de designar Sponsors para el presente CONCURSO, quienes podrán utilizar la información brindada por el ORGANIZADOR para ser utilizada en las comunicaciones que ellos crean necesarias.
11. En cumplimiento con la legislación vigente, las presentes BASES Y CONDICIONES estarán a la vista de los PARTICIPANTES, disponibles para ser consultadas y solicitadas durante toda la vigencia del CONCURSO en www.premioconciencia.com.ar. La participación en el CONCURSO no queda de ninguna manera sujeta a obligación de compra o contratación de otros servicios por parte de los participantes (Art. 10, Ap. b, ley 22.802) e implica el conocimiento y la aceptación integral de las presentes BASES Y CONDICIONES. Cuando circunstancias no imputables al ORGANIZADOR o que constituyan caso fortuito o fuerza mayor lo justifique, el ORGANIZADOR podrá cancelar, suspender o modificar el CONCURSO. El ORGANIZADOR se reserva el derecho a establecer e interpretar aquellas situaciones o circunstancias que no estén expresamente previstas en las presentes BASES Y CONDICIONES. Las resoluciones tomadas por el ORGANIZADOR tendrán carácter de definitivas e inapelables, siempre que las mismas no resulten abusivas ni infundadas, y no perjudiquen dolosamente el derecho de los PARTICIPANTES.

ANEXO I: Campañas o Acciones a presentar

A efectos de este CONCURSO, se entenderá como CAMPAÑA o ACCIONES DE CONCIENCIA a aquellas iniciativas que contemplen en todo o en parte los Objetivos del Premio Conciencia y tomen como eje del mensaje conceptos tales como:

- A. Que posibilite una instancia de reflexión sobre las prácticas culturales que colaboran al desarrollo de una conciencia de la prevención.
- B. Que ponga en valor la vida, la salud, el cuidado y otros valores apreciados para una convivencia sana y armónica.
- C. Que apele a la previsión y la proyección a futuro para lograr una sociedad más sustentable y con una mejor calidad de vida.
- D. Que promueva a la reflexión del cuidado ambiental y/o adopción de conductas sustentables para el planeta.
- E. Que proporcione elementos para el análisis crítico de la contribución individual como agentes de transformación cultural hacia una sociedad con mayor calidad de vida y bienestar general.
- F. Que promueva a la reflexión sobre el rol de lo aleatorio del riesgo y su impacto en la vida de las personas y las familias.
- G. Que alerte sobre riesgos potenciales y la toma de conciencia sobre la responsabilidad individual en la prevención.
- H. Que incluya en su mensaje conceptos vinculados a un comportamiento consciente sobre la prevención de siniestros.
- I. Que aporten a la comprensión del rol del seguro y/o de la planificación financiera en economía, en el patrimonio individual y colectivo, entre otros aspectos.
- J. Que el mensaje posibilite el crecimiento del seguro sobre la base de una sociedad perceptiva del riesgo, de su exclusión, limitación y transferencia.
- K. Que promueva la comprensión de las bases del ahorro y de la educación financiera, posibilitando su comprensión y la planificación a largo plazo.
- L. Que promueva una ciudadanía responsable, participativa y colaborativa a fin de elevar el bienestar general de la población.
- M. Que apelen a la generación de un cambio de comportamiento para transformar situaciones y/o actitudes negativas a positivas en beneficio del bienestar general de una comunidad.
- N. Que generen una política de compromiso activo de una institución en una determinada comunidad, involucrando personas y recursos para promover la ayuda generando, en forma creativa, la toma de conciencia sobre una problemática en particular.

ANEXO II: Votación Clasificatoria de todos los PARTICIPANTES y de las 3 Categorías

Etapa 1: Denominada “votación Clasificatoria” consiste en la Presentación de las Reseñas a través de los ocho ítems que se detallan a continuación y el aporte de Material de soporte (videos en formato AVI, audio en formato MP3 o MP4, diseños, reseñas o folletos en PDF con fotografías.) confeccionado por los PARTICIPANTES para ser evaluadas por el JURADO. Podrá ser entregado hasta el 31 de agosto de 2018. Las presentaciones escritas deberán fundamentar taxativamente cada uno de los ocho ítems presentados, cumpliendo estrictamente la extensión máxima permitida para cada respuesta, de modo de que el JURADO pueda proceder a la evaluación previa. Esta votación será de carácter Clasificatorio para determinar los Finalistas. La extensión y los puntajes que pondrán los JURADOS al considerar las fundamentaciones de cada PARTICIPANTE son en base a las respuestas de las siguientes cuestiones:

- a) ¿Qué Problema, tema, idea o situación motivó realizar la acción o campaña?
Esta Pregunta debe ser respondida en una extensión de 1.200 caracteres como máximo. La Respuesta podrá obtener un puntaje máximo de 5 PUNTOS.
- b) ¿Cuál fue el Objetivo de la campaña o acción que se está presentando?
Esta Pregunta debe ser respondida en una extensión de 1.000 caracteres como máximo. La Respuesta podrá obtener un puntaje máximo de 5 PUNTOS.
- c) ¿Qué estrategias y tácticas creativas se diseñaron, qué innovaciones se desarrollaron, qué canales de comunicación se eligieron y qué acciones se implementaron para lograr cumplir con los objetivos de la acción o campaña?
Esta Pregunta debe ser respondida en una extensión de 3.800 caracteres como máximo. La Respuesta podrá obtener un puntaje máximo de 25 PUNTOS.
- d) ¿Qué inversión se realizó en recursos financieros, en recursos humanos, con qué alcance de cobertura geográfica, cual fue el costo total de la campaña?
Esta Pregunta debe ser respondida en una extensión de 500 caracteres como máximo. La Respuesta podrá tener un puntaje máximo de 5 PUNTOS.
- e) ¿Qué tamaño tiene la empresa, cuánta gente trabaja y cuánta se involucró?
Esta Pregunta debe ser respondida en una extensión de 200 caracteres como máximo. La Respuesta podrá tener un puntaje máximo de 5 PUNTOS.
- f) ¿Qué expectativa institucional tenía la empresa al involucrarse y qué logró?
Esta pregunta debe ser respondida en una extensión de 800 caracteres como máximo. La Respuesta podrá tener un puntaje máximo de 5 PUNTOS.
- g) ¿Qué resultados cualitativos y/o cuantitativos, y en qué tiempos se lograron?
Esta Pregunta debe ser respondida en una extensión de 2.500 caracteres como máximo. La Respuesta podrá tener un puntaje máximo de 20 PUNTOS.
- h) ¿Qué Aporte generó a la toma de conciencia de la comunidad, qué tuvo mayor impacto recordable, y sobre quiénes se generó la toma de conciencia?
Esta Pregunta debe ser respondida en una extensión de 2.000 caracteres como máximo. La Respuesta podrá tener un puntaje máximo de 30 PUNTOS.

ANEXO III: Presentación Oral de los PARTICIPANTES FINALISTAS en las 3 Categorías

Corresponde a aquellas empresas que pasen a la 2º etapa, y consiste en realizar una Presentación Oral ante el Jurado que deberá realizarse en Power Point o similar y que debe incluir los 8 Separadores correspondientes a los 8 ítems con las Palabras Claves de lo que en la Etapa I se presentó como fundamentación escrita, y motivo por el cual pasaron a la final.

La presentación podrá contar con apoyo audiovisual y materiales de la campaña, y será presentada oralmente por uno o más PARTICIPANTES designados por la Empresa, quienes deberán convencer a los JURADOS en esta "Votación FINAL" sobre la fortaleza del caso, argumentando oralmente lo que antes había sido escrito y agregando otros recursos como videos, vivencias o anécdotas que permitan ilustrar mejor a los JURADOS, respecto al aporte en la toma de Conciencia, sobre una problemática en particular y la contribución al mejoramiento que la empresa aportó a la sociedad.

La Presentación deberá ser confeccionada por los PARTICIPANTES, antes del 24 de Septiembre de 2018 y entregada al Organizador para verificar su correcto funcionamiento.

Los 8 ítems serán expuestos con 8 carátulas separadoras, dentro de las cuales se incluirán todos los desarrollos, **siguiendo estrictamente la secuencia del número y Título del Ítem** a exponer secuencialmente por cada PARTICIPANTE.

Los puntajes que pondrán los JURADOS al escuchar y evaluar cada Ítem serán:

1. Situación motivo de la campaña
Obtendrá un máximo de 5 PUNTOS.
2. Objetivo de la campaña
Obtendrá un máximo de 5 PUNTOS.
3. Estrategias, Tácticas, Creatividad, Innovaciones, Comunicación, Acciones
Obtendrá un máximo de 25 PUNTOS.
4. Inversiones, Recursos, Alcance, Cobertura
Obtendrá un máximo de 5 PUNTOS.
5. Empresa, Empleados, Involucramiento
Obtendrá un máximo de 5 PUNTOS.
6. Expectativa Institucional, Logros
Obtendrá un máximo de 5 PUNTOS.
7. Resultados cualitativos y/o cuantitativos, Tiempos
Obtendrá un máximo de 20 PUNTOS.
8. Aporte que generó a la toma de conciencia, Impacto, Alcance.
Obtendrá un máximo de 30 PUNTOS.

ANEXO IV: Composición del JURADO

El Jurado estará integrado por representantes de las entidades convocadas a tal efecto:

- Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Nación
- Ministerio de Desarrollo Social de la Nación
- Ministerio de Modernización, Innovación y Tecnología de la Ciudad de Buenos Aires
- Ministerio de Hacienda de la Ciudad de Buenos Aires
- Ministerio de Ambiente y Espacio Público (Agencia de Protección Ambiental)
- Superintendencia de Seguros de la Nación
- Superintendencia de Riesgos del Trabajo
- Puerto Buenos Aires
- Universidad Nacional de Tres de Febrero
- Universidad del Salvador
- Centro de Desarrollo y Asistencia Tecnológica - CEDyAT
- Consejo Publicitario Argentino
- ComunicaRSE
- Asociación Argentina de Marketing
- Observatorio Vial Latinoamericano - OVILAM
- MINU Asociación Civil
- Fundación Medifé
- Asoc. Arg. De Productores Asesores De Seguros

En el eventual caso que algún miembro del jurado tenga vínculos directos con la empresa concursante o competidores, que no le permitan tener un juicio imparcial u objetivo, deberá abstenerse de votar el caso en cuestión. Los miembros de cada Jurado podrán hacer preguntas y solicitar mayor información o aclaración sobre lo presentado, de modo de evaluar el caso con mayor conocimiento.

ANEXO V: Canon de Inscripción:

Se establece el importe de inscripción en: \$9.500, para cada una de las categorías participantes del premio, Seguros, Bancos y Empresas. En caso de inscribir la campaña antes del 04 de mayo 2018, el costo de inscripción será de \$7.000, y entre el 7 de mayo y 29 de junio, de \$8.000. Se considera "Inscripto" al momento de enviar la Ficha de inscripción y abonar la factura correspondiente.

ACERCA DEL ORGANIZADOR

Grupo Sol Comunicaciones S.A. es un grupo empresarial que participa activamente en el mercado financiero y asegurador, a través de la generación de propuestas tendientes a difundir la actividad de estos mercados, a través de la producción y edición de:

NBS Bancos y Seguros: revista especializada y segmentada que aborda temas de actualidad económica, inversiones, instrumentos financieros y oportunidades de negocios. Cuenta con más 20 años de circulación nacional.

Café Financiero: espacio televisivo en Canal Metro que orienta al público en la mejor administración de su dinero e informa sobre el riesgo y fortalezas de las entidades, su calificación y los servicios que ofrecen los bancos y aseguradoras. Se emite miércoles 20.30 hs y viernes a las 20 hs. Desde el año 2003 al 2010 se emitió por América 24, recibiendo nominaciones consecutivas al premio Martín Fierro como Mejor Programa Económico de Cable y obteniendo la estatuilla en el año 2008 y en el 2013.

Premio Prestigio Seguros: Galardón que desde el año 2003 se entrega a las compañías de seguros de Argentina. La premiación está basada en el Ranking que realiza la consultora CEOP - Comunica mediante la aplicación de un modelo de investigación cuyo principal propósito es realizar un ordenamiento de las compañías de seguros más admiradas. El estudio se lleva a cabo en dos universos objetivos: los ejecutivos que trabajan en compañías de seguros y los productores.

InfoSeguros. En el campo de la investigación desarrollamos desde el 2003, junto a CEOP Global Market Research, un servicio sistemático de sondeo del mercado asegurador denominado "InfoSeguros" que permite identificar cómo piensan y actúan los productores de seguros y los clientes. InfoSeguros es también es una herramienta para detectar la imagen de la marca, expectativas, nuevas demandas y realizar una evaluación de la oferta de productos y servicios y de la calidad de atención. Se realiza en forma de *tracking* lo que posibilita una evaluación año a año de la evolución de las variables. La muestra es probabilística estratificada de 400 casos para el *tracking* Productores y de 1500 casos para el *tracking* de Público en General; con un margen de error menor al 5% y 4% respectivamente.

A+C Jornadas de Seguros: es un espacio de capacitación abierto a todo aquel que desee instruirse en temas de seguros. Se llevan a cabo desde el año 2005 en diversas localidades del país. Tienen por principal objetivo capacitar al Asesor de Seguros y sus Colaboradores como vía para profesionalizar y fortalecer la gestión diaria del Productor.

A+C Dossier de Segurs: fascículos de capacitación en temas de seguros destinados a la formación y actualización del canal comercial y administrativo del mercado asegurador, particularmente a los asistentes de los Productores Asesores.

Temas Nuevos: colección de breviaros pensada para apoyar el desarrollo de instrumentos financieros y nuevos negocios del sector empresario, financiero y asegurador. Esta colección cuenta con el respaldo institucional de la Asociación de Bancos Privados de Capital Argentino, Asociación de Bancos de la Argentina, Asociación de Marketing Bancario Argentino y Mercado Abierto Electrónico.