

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 2026

La edición 2026 del **PREMIO CONCIENCIA** (en adelante el “**CONCURSO**”) es organizado por Grupo NBS. (en adelante el “**ORGANIZADOR**”). 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 regirá por las siguientes **BASES Y CONDICIONES**.

1. La Inscripción al CONCURSO tendrá vigencia desde:

- el **01/12/2025** hasta el **30/06/2026** para el **RUBRO SEGUROS**.
- el **01/12/2025** hasta el **30/06/2026** para el **RUBRO BANCOS**.
- el **01/12/2025** hasta el **30/06/2026** para el **RUBRO EMPRESAS**.

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 rubros**: **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 Rubro.

5. Para competir, los PARTICIPANTES deben enviar un email solicitando la reserva del caso a conciencia@nbs.ar indicando su intención de participar con el asunto: “**Postulación al PREMIO CONCIENCIA 2026**” y deben mandar el **Formulario de inscripción** con los datos requeridos que se encuentra 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 V). Una vez efectuado el pago quedará confirmada la inscripción. A partir de la fecha de emisión de la factura, los **PARTICIPANTES** tendrán **30 días corridos para efectuar el pago**. Pasado dicho plazo, se aplicará en concepto de interés diario por mora la tasa activa del Banco de la Nación Argentina.

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 del Rubro "Seguros"; 1°, 2° y 3° lugar del Rubro "Bancos" y en el Rubro "Empresas" 1°, 2° y 3° lugar para las Categoría que fuesen definidas. 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 "Anuario Premio 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

Etapa 1: Denominada “**votación Clasificatoria**” consiste en la Presentación de las Reseñas a través de los cinco ítems que se detallan a continuación y el aporte de Material de soporte, que deberá incluir un video presentación de los participantes de 1 minuto; un informe o presentación en PDF que documente la acción llevada a cabo; un video que resuma la acción presentada. Podrá ser entregado **hasta el 30 de Agosto de 2026** para el **Rubro SEGUROS**; para el **Rubro BANCOS** y para el **Rubro EMPRESAS**. Las presentaciones escritas deberán fundamentar taxativamente cada uno de los cinco 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:

Caso a presentar:

(Nombre del caso máximo **59 caracteres** con espacios incluidos)

a) ¿Qué problema o situación los inspiró?

Este punto deberá desarrollarse en un máximo de **2.000 caracteres**. Tendrá una valoración de hasta **15 Puntos** por parte de los Jurados.

Se deberá describir sólo el problema que motivó a la empresa a decidir influir o ayudar en esa problemática. Deberán darse la mayor cantidad de datos para instruir al jurado en la dimensión de la problemática, los lugares donde ocurre, las circunstancias, las consecuencias que conlleva esa problemática o situación, a qué tipo de población afecta, qué daño causa al medio ambiente o cómo afecta al desarrollo.

b) ¿Cuál fue el objetivo de la acción?

Este punto deberá desarrollarse en un máximo de **1.200 caracteres**. Tendrá una valoración de hasta **10 Puntos** por parte de los Jurados.

Una vez descrita la problemática, en este punto se tiene que mencionar o describir los objetivos que se plantearon y en qué fundamentos se fijaron, cuáles fueron las razones de las metas, alcances y tiempos de ejecución que se propusieron, por qué se tomó esa zona geográfica o esa población objetivo o esa rama de la actividad. Del total del problema mencionado, indicar las razones que llevaron a ocuparse de una parte ya sea pequeña o grande del total del problema o situación y fundamentar por qué se eligieron esos objetivos.

c) ¿Qué estrategias, tácticas, innovaciones, comunicaciones y diferenciales creativos se desarrollaron en las acciones que lograron implementarse?

Este punto deberá desarrollarse en un máximo de **4.000 caracteres**. Tendrá una valoración de hasta **25 Puntos** por parte de los Jurados.

En este punto deben plantearse los desafíos que generó cada idea o planteo de cómo influir en un cambio significativo sobre la forma de encarar la problemática y todo lo que se tuvo que desarrollar, para luego pasar a contar concretamente lo que sí se pudo accionar de todo lo pensado y dimensionar con la mayor cantidad de fotos, datos, videos, testimonios, etc., las acciones que realmente se lograron llevar a cabo y el esfuerzo que significó cada una de ellas.

d) ¿Qué inversión se realizó?, ¿cuánta gente se involucró? y ¿qué expectativa institucional tenían al desarrollar todo lo que hicieron por la causa elegida?

Este punto deberá desarrollarse en un máximo de **800 caracteres**. Tendrá una valoración de hasta **10 Puntos** por parte de los Jurados.

Describir lo más concretamente posible las causas de por qué cada persona se iba involucrando y cómo la empresa apoyo o incentivo la participación de su personal y que grado de compromiso como empresa asumieron desde lo institucional además de desde lo personal de cada uno.

- e) ¿Qué **RESULTADOS** cualitativos, cuantitativos, en qué tiempos se lograron? ¿Qué tuvo mayor impacto recordable? ¿Sobre quiénes y cuál fue el **APORTE** que generó a la **TOMA de CONCIENCIA**?

Este punto deberá desarrollarse en un máximo de **6.000 caracteres**. Tendrá una valoración de hasta **40 Puntos** por parte de los Jurados.

En este punto esencial describir los resultados logrados contra los objetivos planteados y describir cómo las acciones fueron encadenándose y contribuyeron a lograrlos. Es parte fundamental del puntaje a obtener describir cuál fue la verdadera toma de conciencia generada a partir del desarrollo de las acciones realizadas y describir con mucha claridad los distintos tipos de Toma de Conciencia, tanto de las comunidades en donde se colaboró, como de la propia empresa, como de otras comunidades, o del sector gobierno o de los medios de comunicación y prensa.

En definitiva, evidenciar el efecto expansivo del cambio de actitud o comportamiento de muchas más personas a raíz del accionar y compromiso de la Empresa con el problema que se visualizó en la pregunta 1.

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 5 Separadores correspondientes a los 5 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 y entregada al Organizador para verificar su correcto funcionamiento **antes del 15 de septiembre de 2026** para el **Rubro SEGUROS**; para el **Rubro BANCOS** y para el **Rubro EMPRESAS**.

Los 5 Ítems serán expuestos con 5 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 **15 PUNTOS**.

2. Objetivo de la campaña

Obtendrá un máximo de **10 PUNTOS**.

3. Estrategias, Tácticas, Creatividad, Innovaciones, Comunicación, Acciones

Obtendrá un máximo de **25 PUNTOS**.

4. Inversiones, Recursos, Alcance, Cobertura. Empresa, Empleados, Involucramiento. Expectativa Institucional, Logros

Obtendrá un máximo de **10 PUNTOS**.

5. Resultados cualitativos y/o cuantitativos. Impacto, Alcance. Aporte que generó a la toma de conciencia.

Obtendrá un máximo de **40 PUNTOS**.

ANEXO IV: Composición del JURADO

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

- Ministerio de Economía de la Nación
- Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales
- Federation Internationale de L'Automobile Región IV
- Universidad Argentina de la Empresa
- Consejo Publicitario Argentino
- Ministerio De Hacienda Y Finanzas
- Cámara de Comercio Italiana
- Asociación De Bancos De La Argentina
- Eco House
- Fundación Ambiente Y Medio
- AIME
- MINU Asociación Civil
- Red Internacional De Promotores ODS
- Agencia De Protección Ambiental
- Asociación Cristiana Dirigentes De Empresa
- Fundación Club De Roma Argentina
- FONRE
- Universidad Nacional De Córdoba
- Universidad De Flores
- PNUD
- CEDyAT
- Consejo Profesional De Ciencias Económicas
- Universidad Nacional De Tres De Febrero
- Organización de Estados Iberoamericanos
- Universidad de San Martín
- Asociación Argentina de Marketing
- CEMAS

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 que para formalizar la inscripción se deberá abonar el cargo administrativo equivalente a **USD 475***, para cada Rubro, el cual podrá ser actualizado de acuerdo al IPC.

A su vez, se encuentran los adicionales optativos (cuyo monto ya incluye el valor del gasto administrativo antes mencionado), los cuales podrán ser actualizado de acuerdo al IPC:

Opción 1: Complemento: USD 950*

- Análisis del caso empresarial e inscripción
- Tutoría de orientación para la presentación del caso en la competencia (1 hora) - Cobertura total del caso en el sitio web
- Recorte periodístico en el Anuario

- Opción 2: Integral con tutoría: USD 1750*

- Análisis del caso empresarial e inscripción
- Tutoría de presentación del caso en la competencia (1 hora)
- Tutoría previa a la instancia de Casos Selectos (1 hora)
- Cobertura total del caso en el sitio web
- Publicación con elaboración periodística en el Anuario
- Banner institucional en el sitio premioconciencia.com.ar

- Opción 3: Integral con publicidad en Anuario: \$2.550 *

- Análisis del caso empresarial e inscripción
- Tutoría de presentación del caso en la competencia (1 1/2 hora)
- Tutoría previa a la instancia de Casos Selectos (1 1/2 hora)
- Cobertura total del caso en el sitio web
- Publicación con elaboración periodística del caso para el Anuario
- Banner institucional en el sitio premioconciencia.com.ar
- Aviso de página completa en Anuario Premio Conciencia

Habiendo cumplimentado el formulario de inscripción, el ORGANIZADOR enviará la factura según el canon correspondiente. Se considera “Inscripto” al momento de enviar la ficha de inscripción y abonar la factura correspondiente. A partir de la fecha de emisión de la factura, **los PARTICIPANTES tendrán 30 días corridos para efectuar el pago**. Pasado dicho plazo, se aplicará en concepto de interés diario por mora la tasa activa del Banco de la Nación Argentina.

*Los valores están expresados en dólar MEP. La facturación se realiza en pesos argentinos a la cotización vigente de la fecha de emisión de la factura. La diferencia resultante por la variación en la cotización entre la fecha de facturación y la del pago efectivo se ajustará mediante una nota de débito. A los valores de referencia adicionar IVA (21%).

A partir de la fecha de emisión de la factura, **los PARTICIPANTES tendrán 30 días corridos para efectuar el pago**. Pasado dicho plazo, se aplicará en concepto de interés diario la tasa activa del Banco de la Nación Argentina.

ACERCA DEL ORGANIZADOR

Grupo NBS 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 25 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.

Premios 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 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 Jornada 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.

Temas Nuevos: colección de breviarios 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.