

Bases I Premios EMO Excelencia de Seguros de Salud de EMO INSIGHTS



Consideraciones generales

Emo Insights International S.L. entidad de nacionalidad española, con domicilio social en Madrid, Paseo de la Castellana 153, provista de N.I.F B86559135, en adelante el “Organizador”, convoca los I Premios EMO Excelencia de Seguros de Salud (en adelante el “Certamen”) con arreglo a las siguientes bases.

Finalidad del certamen

Apoyar la **innovación emocional en las organizaciones** a través del reconocimiento de aquellas iniciativas pioneras en el **fomento de la vinculación emocional marca-cliente** y la puesta en valor de las emociones de los clientes en la gestión de las organizaciones.

Condiciones de participación

1. Podrán presentarse al certamen todas las entidades que hayan sido medidas en el **Estudio de Emociones en Seguros de Salud** y que estén próximas a desarrollar o hayan desarrollado proyectos de innovación emocional. Solo se admitirá un proyecto por organización. La participación es totalmente gratuita.
2. El plazo de envío de las candidaturas comenzará tras hechos públicos los resultados del estudio (a partir del 1 de junio del 2022) terminando el plazo el 20 de septiembre de 2022 a las 23:59 horas.
3. La innovación emocional tendrá que hacer referencia a las emociones sintónicas que mueven el sector seguros de salud. Concretamente al objetivo de mejorar la alegría, tranquilidad, orgullo, **agradecimiento** y al de disminuir **inseguridad, irritación, impotencia y decepción** de las que se hace comunicación en el citado estudio a través de sus redes sociales ([LinkedIn](#) y [Twitter](#)). Más concretamente definidas con la siguiente descripción:
 - **TRANQUILIDAD:** Emoción que se desencadena por cuestiones de imagen de la compañía (ajenas al uso del seguro), y por ausencia de problemas en el uso del seguro o al cumplirse las expectativas de los clientes (“**Todo funciona bien, sin sobresaltos**”).
 - **ALEGRÍA:** Emoción producida por los beneficios aportados por el seguro en la relación del cliente con el mundo de la salud. Asociada a la conveniencia (comodidad, capacidad de elección, rapidez...), y a la comparativa con la sanidad pública (“**Qué bien que tengo el seguro. Por eso lo contraté**”).
 - **AGRADECIMIENTO:** Emoción asociada al trato y atención al cliente, a la personalización del servicio y a la adaptación del mismo a las necesidades del cliente (“**Me siento bien tratado/a e informado/a, se preocupan por mí**”).



- **IRRITACIÓN:** Emoción generada por problemas en el día a día del cliente en el uso del seguro. Generalmente por dificultades no asistenciales (trámites, canales de contacto con la compañía...) o por pequeños inconvenientes en la asistencia sanitaria ("**No todo funciona bien, hay dificultades en el camino**").
 - **ORGULLO:** Emoción muy relacionada con la elección de la compañía aseguradora, y concretamente a la comparativa de la aseguradora y póliza contratadas con la competencia ("**He acertado, hice una buena elección**").
 - **IMPOTENCIA:** Emoción desencadenada por la presencia de obstáculos para el uso del seguro y por el mal funcionamiento del sistema (descoordinación, dificultad para realizar trámites o consultas...), así como por la ausencia de comunicación al cliente ("**No entiendo que tenga que ser así**").
 - **INSEGURIDAD:** Emoción generada por experiencias que hacen dudar del valor del seguro de salud en su conjunto o de la aseguradora contratada ("**Estoy viendo cosas que no me gustan, a lo mejor me he equivocado**").
 - **DECEPCIÓN:** Emoción asociada a la pérdida o al abandono. Se genera al no cumplirse las expectativas por las que se contrató el seguro de salud o la compañía aseguradora y por la pérdida de foco en el cliente ("**No es como esperaba o está empeorando**").
4. El envío de los trabajos se realizará exclusivamente a través del correo electrónico info@emoinsights.com, incluyendo los siguientes documentos.
- **Memoria técnica del proyecto** (existente o próximo a ser desarrollado en la organización) donde se harán constar los objetivos que persigue, así como las acciones realizadas para la consecución de los mismos y la propuesta de valor de los méritos que justifican el otorgamiento del premio. Dicho documento no deberá exceder las **20 páginas en A4 en formato Arial 12ptos, interlineado 1,5**.
 - **Equipo humano**, donde se hará constar el nombre y apellidos de las personas implicadas en el diseño y ejecución del proyecto, así como una breve semblanza profesional. Dicho documento no deberá exceder las **5 páginas en A4 en formato Arial 12ptos, interlineado 1,5**.

Jurado

1. El jurado estará compuesto por profesionales de dilatada experiencia en las disciplinas de calidad, marketing, experiencia de cliente y gestión estratégica relacionadas con la gestión de clientes en las organizaciones, así como profesionales de medios de comunicación especializados.
2. Los criterios de selección para valorar las candidaturas serán los siguientes:
 - a. Carácter innovador y grado de disrupción del proyecto.
 - b. Capacidad de transformación de los procesos de la organización hacia una mejor gestión de las emociones.
 - c. Impacto potencial en la vinculación emocional de clientes y otros *stakeholders* a raíz de la puesta en marcha del proyecto.
3. El fallo será inapelable y se dará a conocer durante una retransmisión online el día 20 de octubre de 2022.



Premio

1. Solo habrá un proyecto ganador al que se otorgará un sello distintivo de “Innovación en emociones” certificado por EMO Insights. También se reconocerán hasta tres finalistas, que recibirán un diploma acreditativo. El premio podrá considerarse desierto.
2. El proyecto ganador y los finalistas se comunicarán en el sitio web y redes sociales de EMO Insights con posterioridad al fallo.

Sobre las bases

1. La participación en este certamen implica la aceptación de la totalidad de las presentes bases.
2. La interpretación de estas bases es competencia exclusiva de la organización.
3. La organización se reserva el derecho de eliminar automáticamente aquellos envíos que no cumplan alguno de los requisitos expuestos en las mismas.
4. De acuerdo con lo establecido en la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal, la organización informa de que los datos proporcionados por los participantes pasarán a formar parte de un fichero cuyo objetivo es gestionar eficazmente la participación en el certamen. Los responsables del fichero son los componentes de la organización. Para ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición que legalmente asisten al participante, podrán hacerlo enviando un correo electrónico a info@emoinsights.com.
5. Para cualquier diferencia que hubiere de ser dirimida por vía judicial, las partes renuncian al fuero propio y se someten expresamente a los Juzgados y Tribunales de Madrid.