



Reglas

Certamen Excel



Tabla de contenido

Trasfondo del Certamen Excel	3
Filosofía de la premiación y objetivos del Certamen	3
Definiciones	3
Requisitos de elegibilidad y entrega de piezas	6
Criterios de evaluación	9
Premiación	10
Categorías del Certamen Excel	11
Premios especiales	17
Equipo del Certamen Excel	22
Sanciones	27
Procedimiento para radicar y dilucidar querellas relacionadas con el Certamen Excel	27
Revisiones a las reglas del Certamen Excel	30
Historial de revisiones	30

Trasfondo del Certamen Excel

La Asociación de Relacionistas de Puerto Rico (ARPR) creó el Certamen Excel en el año 1989 para reconocer a los relacionistas que, por sus ejecutorias, hayan sobresalido en el campo de las relaciones públicas en la Isla. A través de diferentes categorías, Excel reconoce la excelencia en la profesión con el objetivo de contribuir al desarrollo de las relaciones públicas y al quehacer socioeconómico de Puerto Rico en favor del interés público.

En el Certamen, además, se otorgan varios premios especiales. Desde el año 1989, el premio Francisco “Paco” Oller se le confiere a la pieza más creativa entre las ganadoras de cada categoría del Certamen. Por otra parte, durante la ceremonia de premiación del Certamen Excel, el(la) presidente(a) de la ARPR, con el aval de la Junta de Directores, otorga el premio Fernando Valverde, creado en el año 1997, con el fin de reconocer a un profesional de las relaciones públicas o a una organización sin fines de lucro que apoye el mejoramiento de nuestra comunidad y que amerite este reconocimiento especial. Más tarde, en el año 2007, se crea el premio Sixto Toro para reconocer el trabajo que demuestre la mayor efectividad en el logro de los objetivos de relaciones públicas entre todos los ganadores de un premio Excel durante ese año.

Filosofía de la premiación y objetivos del Certamen

El espíritu de esta premiación es resaltar el trabajo de excelencia que realizan los relacionistas licenciados. El aspecto primordial que se evaluará al juzgar una pieza inscrita será cuán efectivo fue su uso en relación con el objetivo establecido.

El criterio de efectividad estará presente en todas las categorías, excepto en las siguientes: investigaciones, premio relacionista distinguido y premio Francisco “Paco” Oller.

Los objetivos del Certamen Excel son los siguientes:

- Reconocer la excelencia en la profesión.
- Fomentar el orgullo profesional.
- Promover el respeto a la profesión.
- Exaltar la continua profesionalización del campo de las relaciones públicas y las mejores prácticas para la profesión.
- Destacar la contribución de las relaciones públicas al quehacer socioeconómico del país y en favor del interés público.

Definiciones

A continuación, se presenta una lista no exhaustiva de algunos términos con el propósito de orientar sobre el significado que será aplicable al Certamen Excel. Esto servirá como una guía para el relacionista que inscribe una pieza y para el jurado durante el proceso de evaluación de las piezas inscritas.

1. **Agencias de gobierno** – De acuerdo con la Ley de Ética Gubernamental, son los organismos y entidades de la rama Ejecutiva del gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, incluyendo las corporaciones públicas, los municipios y las agencias que estén bajo la jurisdicción de la rama

Ejecutiva. Para efectos del Certamen Excel, también, incluirá las dependencias gubernamentales bajo las ramas Judicial y Legislativa, y las las agencias del gobierno federal de Estados Unidos de América con operaciones en Puerto Rico.

- a. Rama Judicial - Los jueces del Tribunal de Primera Instancia, del Tribunal de Apelaciones y del Tribunal Supremo, y cualquier oficina o dependencia adscrita a esa Rama.
 - b. Rama Legislativa - La Cámara de Representantes, el Senado de Puerto Rico, la Oficina del Contralor de Puerto Rico, la Oficina del Procurador del Ciudadano y cualquier oficina o dependencia adscrita a esa Rama.
2. **Análisis de la exposición obtenida y contenido** – Conocido en inglés como “publicity”, es un examen detenido de todas las oportunidades de difusión pública logradas a través de los medios y la impresión que haya causado el contenido de éstas, lo que supone una evaluación cuantitativa y cualitativa de estos textos.
 3. **Aplicación correcta de la tecnología** – Empleo eficiente y justificado de los recursos tecnológicos disponibles, lo que aporta a la comprensión del mensaje.
 4. **Aplicación de la pieza** – Modos diversos en que la pieza puede utilizarse en distintos medios y artículos, lo que evidencia su efectividad mientras que mantiene sus características esenciales.
 5. **Campaña** – Estrategias y tácticas específicas para lograr un objetivo en particular en un periodo determinado, generalmente, no mayor de seis meses.
 6. **Contenido** – Mensaje específico que se comunicó.
 7. **Contribución al campo de las relaciones públicas** – Hallazgos novedosos que amplían el conocimiento de la profesión y sus aplicaciones; o que expliquen determinadas tendencias que sirvan de base para la toma de decisiones profesionales y que motiven a investigaciones futuras.
 8. **Creatividad** – Capacidad de producir o aplicar elementos novedosos.
 9. **De empresa a empresa** – Conocido en inglés como *Business to Business*, B to B, o B2B, se refiere a transacciones que ocurren directamente entre empresas.
 10. **Diseño gráfico** – Conceptualización y delineación de elementos visuales, como figuras o signos, relativos a la escritura e imprenta, que apoyan la comunicación del mensaje, y pueden crear incluso identificación mental y afectiva con el mismo.
 11. **Efectividad** – Evidencia de que se cumplieron los objetivos medibles delineados en el plan.
 12. **Ejecución** – Modo en que la pieza fue realizada y adecuada al medio de difusión: impreso, radial, televisivo, cibernético u otros.
 13. **Elementos de la campaña o programa** – Las partes que componen la campaña o programa, entiéndase: estrategias, tácticas, canales, etc.
 14. **Excelencia técnica** – Uso sobresaliente y destacado de los recursos tecnológicos disponibles para crear un mensaje efectivo, único y memorable.
 15. **Estrategia** – Los pasos que implantará la organización para llegar a los objetivos delineados.

16. **Firma auténtica** – Firma que corresponde a la persona que se indica y que pueda ser corroborada.
17. **Guión** - Libreto con ordenamiento lógico de la secuencia de temas y subtemas, que incluye textos, locución, diálogos, planos, tiros de cámara, etc.
18. **Influyentes** – Conocidos en inglés como *influencers*, son individuos que tienen el poder de afectar las decisiones de compra, la manera de pensar o el comportamiento de otras personas debido a su autoridad, conocimiento, posición o relación, ya sean reales o percibidos.
19. **Investigación** – Recopilación sistemática de datos e información para describir y comprender una situación, verificar los supuestos sobre los públicos y sus percepciones, y evaluar las consecuencias o el impacto que estas percepciones pueden tener en las relaciones públicas de una organización, persona o producto.
20. **Lenguaje visual** – Estilo y modo de expresión a través de imágenes y signos debidamente combinados.
21. **Mensaje** – Información sustancial que se compartió con los públicos, tomando en cuenta el modo en que se redactó la misma para hacerla atractiva, comprensible y creíble.
22. **Método** – Explicación detallada de la metodología investigativa utilizada para lograr finalmente exponer hallazgos, conclusiones y recomendaciones, y minimizar el margen de error.
23. **Objetivo medible** – Fin claramente establecido de un trabajo de relaciones públicas, cuyo logro final podrá evidenciarse de acuerdo con la evaluación y los resultados obtenidos, cambios de conducta que se espera realizar, a qué audiencia se quiere impactar, qué porcentaje de la audiencia y el periodo o tiempo en el que debe ocurrir este cambio.
24. **Organizaciones sin fines de lucro** – Según las define el Departamento de Hacienda de Puerto Rico, son entidades, incorporadas o no incorporadas, dedicadas a la prestación de servicios que bajo el Código cualifican para una exención de contribución sobre ingresos. Por ejemplo, entidades con fines caritativos, literarios, científicos, educativos, organizaciones profesionales, organizaciones religiosas, cooperativas de ahorro y crédito, y ciertos clubes o asociaciones fraternales y benéficas pueden solicitar dicha exención sujeto al cumplimiento de los requisitos que establece el Código.
25. **Pieza** – Trabajo sometido al Certamen Excel que, conforme a las reglas y procedimientos, cuenta con una hoja de créditos completa y con una presentación compuesta por todas las secciones correspondientes a su categoría y los requisitos adicionales especificados.
26. **Planificación** – Esfuerzo que se realiza con el fin de cumplir objetivos. Conlleva delinear una serie de pasos basados en la investigación realizada, establecer acciones, identificar las herramientas necesarias, programar un calendario de ejecución y desarrollar criterios de evaluación.
27. **Productos de consumo** – Mercancía o artículos de uso común que el consumidor puede comprar directamente en un establecimiento comercial, tales como alimentos, ropa, detergentes, cosméticos, celulares y otros.
28. **Programa** – Estrategias y tácticas que llevarán a una organización a lograr un principal objetivo de comunicación en un periodo prolongado, generalmente mayor a seis meses.

29. **Querellado** – Socio contra el cual se presenta una querella.
30. **Querellante** – Socio que inicia y sostiene una querella.
31. **Racional** – Explicación bien argumentada y convincente de los elementos utilizados para desarrollar la pieza, sustentado por la debida investigación.
32. **Redacción** – Ordenamiento lógico del mensaje escrito, empleando la ortografía, la gramática y la sintaxis correcta.
33. **Servicios de consumo** – Productos intangibles ofrecidos por una empresa comercial, tales como banca, contabilidad, consultoría, educación, seguros, servicios médicos o transportación, entre otros.
34. **Servicios financieros** – Servicios prestados por bancos, cooperativas y otras instituciones financieras, tales como cuentas de ahorro, cuentas de cheques, arrendamientos, transferencias de dinero, préstamos y otros.
35. **Servicios profesionales** – Servicios prestados por profesionales certificados o licenciados en una disciplina, tales como contabilidad, leyes, medicina y otros similares.
36. **Socio bonafide**- Que tenga sus cuotas al día con la ARPR.
37. **Táctica** – Serie de actividades a llevarse a cabo que buscarán cumplir con cada una de las estrategias. Será la forma en que la organización se moverá para lograr los objetivos que se han delineado.
38. **Unidad de elementos** – Grado de uniformidad, correlación o afinidad entre las partes que componen la pieza, que fortalecen armoniosamente su identificación y no provocan distracción ni confusión, convirtiéndolos en parte de un todo.
39. **Uso de fotografía e ilustraciones** – Utilización adecuada y eficiente de fotos, ilustraciones, gráficas, tablas, imágenes, etc. que apoyen el mensaje sin crear ruido o distracción.
40. **Uso efectivo de los medios de acuerdo con la audiencia objetivo** – Selección adecuada y utilización provechosa de los medios comunicativos que mejor apelen al público objetivo.

Requisitos de elegibilidad y entrega de piezas

Todas las piezas sometidas para evaluación deberán cumplir con los siguientes requisitos de elegibilidad:

1. La participación en el Certamen Excel está abierta a todos los **relacionistas licenciados** en Puerto Rico, sean o no socios de la ARPR.
2. **La licencia de relacionista tiene que estar vigente al momento de celebrarse el Certamen Excel.** En el caso de que la licencia de los relacionistas que someten piezas o son parte de un trabajo sometido al Certamen Excel tenga fecha de vencimiento durante el transcurso de tiempo entre la fecha en la que se

somete la pieza y la celebración del Certamen, el (los) relacionista (s) tendrán(n) que someter evidencia de que se encuentra en proceso de renovar la misma.

3. Todo relacionista que aparezca en la hoja de nominación y créditos de la pieza sometida en planificación y/o ejecución tiene que poseer licencia vigente según requerido por la Ley 204 de 2008. Tendrá que proveer copia de su licencia activa al someter su pieza.
4. Todo trabajo tiene que cumplir con los requisitos de la categoría a la que fue sometida, según establecido y definido para el Certamen.
5. El trabajo tiene que haberse implementado, total o parcialmente, dentro de los 18 meses previos al Certamen, específicamente entre el 1 de enero del año anterior al Certamen Excel y el 30 de junio del año en curso. En aquellos casos donde parte del trabajo se haya implementado luego de ese periodo, se tomará como regla que, al menos, $\frac{3}{4}$ partes de los objetivos se hayan logrado dentro de los 18 meses detallados previamente. La evidencia de los resultados tiene que corresponder al periodo de ejecución.
6. El trabajo tiene que estar acompañado de toda la información especificada en la descripción por categorías. Véase la sección [Categorías del Certamen Excel](#).
7. Cada una de las personas que aparecen en los créditos de las piezas sometidas tiene que firmar, a puño y letra o de forma digital, la hoja de créditos provista por el Certamen, certificando de esta manera su participación directa como parte del equipo que trabajó la pieza, incluso como cliente, y que toda la información ofrecida es veraz y los créditos son correctos.
8. Ninguna pieza previamente presentada en este Certamen de la ARPR podrá ser sometida ni evaluada en certámenes de años posteriores. Se considerarán ejecuciones posteriores a piezas sometidas en años anteriores, que hayan sido realizadas durante el periodo establecido.
9. Los componentes de un trabajo de relaciones públicas pueden someterse en varias categorías, siempre y cuando cumplan con la definición de cada categoría a la que se somete.
10. Podrán recibir el premio Excel aquellos relacionistas licenciados responsables por la planificación o ejecución que posean sus licencias vigentes de relacionistas.
11. El relacionista licenciado que somete la pieza firmará un relevo para autorizar a la ARPR a publicar la información e imágenes provistas sobre su proyecto en comunicados de prensa, páginas de Internet, exhibiciones, charlas, programas, publicaciones especiales, redes sociales u otras herramientas de comunicación seleccionadas por la organización. El relevo incluirá, además, una autorización para que aplique a la Public Relations Society of America (PRSA).
12. En el caso de socios corporativos, el premio Excel se otorgará a los relacionistas que planificaron y ejecutaron el proyecto, según se refleje en la Hoja de Créditos presentada. Todas las piezas sometidas bajo una membresía corporativa tendrán que contar en la Hoja de Créditos con la firma del socio previamente designado por la corporación como representante ante la ARPR.
13. Se llevará a cabo una orientación presencial, o por plataforma digital, para que los colegas que interesen someter piezas al Certamen Excel se familiaricen con las reglas del Certamen y aclaren dudas sobre el proceso. La orientación será anunciada por la ARPR a través de sus canales de comunicación.

14. La cuota de participación es de **\$150.00 por pieza para los socios de la ARPR** y **\$250.00 por pieza sometida por no socios**. La cuota de participación debe ser cubierta luego de que la pieza haya sido certificada; el pago debe emitirse en un término de 24 horas luego de recibir la notificación de certificación.

Para inscribir una pieza, tomarán en consideración los siguientes aspectos:

- Las participaciones al Certamen Excel serán sometidas en formato digital a través del portal de la Asociación de Relacionistas de Puerto Rico (excel.relacionistas.com) en una fecha determinada por el Comité Excel. En caso de que surja un fenómeno natural que dificulte la comunicación digital, se utilizará el método que se encuentre disponible para someter las participaciones y el Comité Excel evaluará si extiende, o modifica, el periodo de inscripción y lo notificará por los canales disponibles en ese momento.
- Cada participante tendrá un máximo de treinta (30) días para someter sus piezas. La fecha y hora límite para la entrega de piezas se divulgará en la convocatoria del Certamen.
- Los miembros del Comité certificador tendrán acceso a las piezas sometidas y verificarán que éstas cumplan con los requisitos de la categoría, según establecido en estas reglas.
- Todas las piezas estarán acompañadas de un escrito de no más de cinco (5) páginas, los requisitos mínimos mencionados en estas reglas y material de apoyo que el relacionista que somete la pieza estime conveniente. No se aceptará material de apoyo o documentación requerida para la pieza fuera de la fecha límite establecida y notificada para la entrega de piezas.
- Todas las piezas tienen que estar acompañadas de la Hoja de Créditos y la(s) licencia(s) vigente(s) del (los) relacionista(s).

El relacionista tendrá que seguir las siguientes guías para someter su pieza:

1. **Resumen:** el escrito tiene que ser entregado en formato PDF con un máximo de cinco (5) páginas tamaño 8.5” x 11”. Utilizará letra Calibri o Aptos tamaño 12, espacio 1.15 y márgenes 0.5 (*Narrow*) en todo el documento. El resumen incluirá lo siguiente:

Información	Descripción
Análisis de situación	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación (formal o informal). • Identificación del problema u oportunidad y los factores existentes.
Planificación	<p>Un resumen del programa con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • fecha en la que se realizó el trabajo • objetivos medibles con los 4 elementos que los componen. Véase la definición en la sección Definiciones. • públicos específicos • estrategias • presupuesto

Ejecución	Incluir una descripción de los diferentes elementos del programa y las tácticas realizadas.
Evaluación y resultados (cualitativos, cuantitativos o ambos)	Explicar y demostrar las oportunidades y limitaciones a las que se enfrentaron en la consecución de los objetivos medibles. Proveer evidencia de cómo se alcanzaron los objetivos propuestos.

2. **Material de apoyo:** Compendio del material producido que documente el programa. El material de apoyo puede someterse en formatos PDF, JPG, PNG. El material videográfico tiene que cumplir con los siguientes requisitos: 1080p, 24fps, con una duración no mayor de 2 minutos, un tamaño máximo de 110.0 MB y someterse en formatos MOV, MPEG. No se aceptará material de apoyo editable enviado como documentos de Word, Excel, Power Point, Canva, Google Workspace, etc.

En caso de que el relacionista someta voluntariamente un video resumen (*recap*) de su pieza, este no puede exceder los 30 segundos. Este video no es un requisito del Certamen como material de apoyo; es una pieza opcional por lo que no formará parte del proceso de evaluación. Todo documento sometido en pdf que incluya enlaces (*links*) para que el jurado visite, o acceda, tendrá los enlaces habilitados para que se les haga *click* (*clickable links*) para que pueda ser evaluado. De igual forma, los enlaces en la nube, conocido en inglés como *cloud storage* (ejemplo: OneDrive, Google Drive, Dropbox) tienen que estar habilitados para accederlos por cualquier persona que tenga el enlace de acceso. En caso de que el contenido no pueda accederse, no será evaluado.

Como parte del material de apoyo, todas las piezas tienen que incluir la lista de influyentes (*influencers*) y portavoces externos (*spokepeople*) que participaron del proyecto.

3. Se exhorta a todo relacionista que interese someter piezas en Excel a que participe en la orientación sobre las reglas del Certamen. Puede participar de manera presencial en la reunión que el Comité anunciará por los canales de la ARPR, o virtual a través del On-Demand, que estará disponible en el *website* de la ARPR.
4. Los nombres de los documentos que sean incluidos en la inscripción tienen que estar estandarizados. Ejemplo: R-9 NOMBRE DE PROYECTO-resumen; R-9 MATERIAL APOYO 1.

Criterios de evaluación

Los jueces evaluarán las piezas tomando en consideración lo siguiente:

Criterio	Porcentaje de evaluación
Identificación y análisis del problema u oportunidad, e integración efectiva de la investigación realizada.	20%
Desarrollo de objetivos específicos, medibles y cuantificables dentro de un periodo determinado; identificación efectiva de públicos, desarrollo de estrategia(s) adecuada(s) para el logro de los objetivos.	25%

Implementación efectiva del plan trazado.	25%
Demostrar efectividad en el logro de los objetivos establecidos.	30%

Premiación

A continuación, se presentan las guías que se seguirán para premiar una pieza inscrita en el Certamen:

1. Se premiará con un (1) trofeo Excel a un (1) relacionista licenciado socio que haya sido directamente responsable de la planificación de la pieza sometida. Además, se premiará con un (1) trofeo Excel a un (1) relacionista licenciado socio que haya sido responsable de ejecutar la pieza sometida. Al resto de los relacionistas licenciados que planificaron y ejecutaron la pieza, se les premiará con un certificado. En caso de haber relacionistas licenciados socios adicionales responsables por la planificación o ejecución que interesen obtener trofeos en sustitución del certificado, podrán recibir trofeos mediante un costo adicional a ser ordenados y pagados una semana después de la ceremonia de premiación; el costo será divulgado al momento de la solicitud.

Por planificación se entiende el relacionista licenciado que conceptualizó el proyecto en gran medida, estableció su meta, objetivos, estrategias, y sugirió las tácticas. Es decir, el que inició el plan. Por ejecución se entiende el relacionista licenciado que ejecutó el plan la mayor parte del tiempo, es decir, aquel que implementó las estrategias y las tácticas para lograr los objetivos durante el día a día.

2. En el caso de los relacionistas licenciados que no son socios e inscriban piezas bajo la cuota de participación de \$250.00 recibirán un (1) trofeo Excel a un (1) relacionista licenciado no socio que haya sido directamente responsable de la planificación de la pieza y con un (1) trofeo Excel a un (1) relacionista licenciado no socio que ejecutó el proyecto. Sin embargo, si la pieza fue inscrita por un relacionista socio bajo la cuota de participación de \$150.00, los relacionistas ganadores no socios recibirán un certificado en lugar de un trofeo. Si los relacionistas no socios interesan obtener un trofeo en sustitución del certificado, podrán recibir un trofeo mediante un costo adicional a ser ordenados y pagados una semana después de la ceremonia de premiación; el costo será divulgado al momento de la solicitud.
3. En aquel caso en que tanto el relacionista licenciado responsable de la planificación como de la ejecución sea el mismo, recibirá sólo un (1) trofeo Excel.
4. Se entregará un certificado a todas y a cada una de las personas o entidades señaladas en los créditos de las distintas categorías.
5. Toda pieza concursará por un (1) premio en su categoría. Las piezas ganadoras participarán por el premio a la creatividad Francisco “Paco” Oller y por el premio a la efectividad Sixto Toro si cumple con los requisitos mínimos de estas categorías.
6. Los ganadores se anunciarán y recibirán sus trofeos durante una actividad convocada a tal efecto por la ARPR.

Categorías del Certamen Excel

A continuación, se presentan las categorías bajo las cuales se puede inscribir una pieza en el Certamen Excel:

Categoría	Descripción
R-1 Programa de relaciones públicas	<p>Esfuerzo concertado de comunicación, que incluye estrategias y tácticas, que tiene el propósito de lograr objetivos medibles de relaciones públicas y su periodo de tiempo es prolongado, generalmente mayor a seis meses.</p> <p>El relacionista deberá someter su pieza en una de las siguientes subcategorías:</p> <ul style="list-style-type: none">• Organizaciones sin fines de lucro• Agencias de gobierno• Empresas privadas
R-2 Campaña de relaciones públicas	<p>Esfuerzo concertado de comunicación, que incluye estrategias y tácticas, tiene el propósito de lograr objetivos medibles de Relaciones Públicas cuyo periodo de tiempo es limitado, generalmente menor a seis meses.</p> <p>El relacionista deberá someter su pieza en una de las siguientes subcategorías:</p> <ul style="list-style-type: none">• Organizaciones sin fines de lucro• Agencias de gobierno• Empresas privadas
R-3 Comunicación interna	<p>Incluye programas o campañas dirigidas específicamente a públicos internos vinculados directamente a una organización, tales como empleados, accionistas, miembros (en el caso de asociaciones), concesionarios y franquiciados.</p> <p>El relacionista deberá someter su pieza en una de las siguientes subcategorías:</p> <ul style="list-style-type: none">• Organizaciones sin fines de lucro• Agencias de gobierno• Empresas privadas
R-4 Relaciones con los medios	<p>Programa estructurado con el fin de establecer, mantener y/o reforzar el entendimiento y la credibilidad de una organización ante sus públicos mediante la comunicación efectiva a través de los medios de comunicación.</p> <p>El programa, en medios impresos (revistas y periódicos) y/o electrónicos (radio, internet, televisión, medios sociales, otros) puede incluir entrevistas, artículos, reportajes, comunicados, fotografías, conferencias de prensa y/o participación en paneles convocados por los</p>

	<p>medios. La cobertura de radio, televisión o redes se debe someter mediante enlaces.</p> <p>El relacionista deberá someter su pieza en una de las siguientes subcategorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones sin fines de lucro • Agencias de gobierno • Empresas privadas
<p>R-5 Eventos</p>	<p>Actividad o serie de actividades organizadas bajo el mismo tema (concepto) con el propósito de comunicar un mensaje o fortalecer la reputación de una persona, institución, empresa o producto entre sus públicos conforme a uno o varios objetivos de relaciones públicas.</p> <p>El relacionista deberá someter su pieza en una de las siguientes subcategorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones sin fines de lucro • Agencias de gobierno • Empresas privadas • Individuo o figura pública
<p>R-6 Responsabilidad social corporativa</p>	<p>Programa o campaña que fortalece la reputación corporativa y demuestra un enfoque de negocios a través de iniciativas que impactan positivamente la sociedad, resaltando el impacto que ha tenido la organización al brindar beneficios económicos, sociales y ambientales a los públicos.</p> <p>El relacionista deberá someter su pieza en una de las siguientes subcategorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones sin fines de lucro • Agencias de gobierno • Empresas privadas
<p>R-7 Servicio público</p>	<p>Programa o campaña de relaciones públicas dirigida a concienciar, educar, modificar, reforzar o cambiar niveles de conocimiento, actitudes y conductas con el fin particular de generar el bienestar común y que pueda mejorar la calidad de vida.</p> <p>El relacionista deberá someter su pieza en una de las siguientes subcategorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones sin fines de lucro • Agencias de gobierno • Empresas privadas
<p>R-8 Relaciones con la comunidad</p>	<p>Programa o campaña de beneficio social diseñado para una institución, compañía o individuo dirigido a mantener, fortalecer, mejorar o cambiar su reputación, con el fin de fomentar el entendimiento o su aceptación en la comunidad.</p>

	<p>El relacionista deberá someter su pieza en una de las siguientes subcategorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones sin fines de lucro • Agencias de gobierno • Empresas privadas
<p>R-9 Comunicación integrada</p>	<p>Programa o campaña de relaciones públicas que incluya dos (2) o más disciplinas de mercadeo y comunicación, tales como: publicidad, promociones, mercadeo directo y redes sociales.</p> <p>El relacionista deberá someter su pieza en una de las siguientes subcategorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones sin fines de lucro • Agencias de gobierno • Empresas privadas
<p>R-10 Uso de relaciones públicas en apoyo a mercadeo</p>	<p>Estrategias o tácticas de relaciones públicas utilizadas como parte de un programa, campaña o esfuerzo de mercadeo. Incluye programas o campañas diseñados para lanzar nuevos productos y servicios, o promover productos y servicios existentes a una audiencia en particular. La pieza tiene que demostrar cómo contribuyó al resultado de la campaña o programa del cual formaba parte.</p> <p>El relacionista deberá someter su pieza en una de las siguientes subcategorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones sin fines de lucro • Agencias de gobierno • Empresas privadas
<p>R-11 Asuntos públicos</p>	<p>Conjunto de estrategias y recomendaciones dirigidas a construir y mantener relaciones con el gobierno dirigidas a lograr entendimiento y posible creación o modificación de política pública para beneficio mutuo.</p> <p>El relacionista deberá someter su pieza en una de las siguientes subcategorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones sin fines de lucro • Empresas privadas
<p>R-12 Manejo de “issues”</p>	<p>Conjunto de estrategias y recomendaciones dirigidas a anticipar, identificar, evaluar y responder a situaciones (“issues”) de política pública, de la comunidad, grupos de oposición y otros, que pudieran afectar las relaciones entre una organización y sus públicos.</p> <p>El relacionista deberá someter su pieza en una de las siguientes subcategorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones sin fines de lucro • Agencias de gobierno

	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas privadas • Individuo o figura pública
<p>R-13 Comunicación para manejo de crisis</p>	<p>Conjunto de estrategias y recomendaciones dirigido al manejo de crisis provocadas por un evento, accidente, situación o desastre natural que haya tenido o pueda tener impacto extraordinario para un producto, persona u organización entre sus públicos.</p> <p>El relacionista deberá someter su pieza en una de las siguientes subcategorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones sin fines de lucro • Agencias de gobierno • Empresas privadas • Individuo o figura pública
<p>R-14 Manejo de reputación</p>	<p>Programa o campaña diseñado para realzar, promover o mejorar la reputación de una organización, producto, servicio o individuo con sus públicos a través de diversas plataformas de comunicación, ya sea de forma proactiva o en respuesta a un problema, evento o situación del mercado.</p> <p>El relacionista deberá someter su pieza en una de las siguientes subcategorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones sin fines de lucro • Agencias de gobierno • Empresas privadas • Individuo o figura pública
<p>R-15 Uso de influyentes (“influencers”) en redes sociales o de blogueros</p>	<p>Programa o campaña de comunicación diseñado para fortalecer la reputación de un producto, servicio u organización a través de un influyente en redes sociales o de un bloguero. Aprovecha el poder de convocatoria de los influyentes o blogueros para establecer conversaciones con su público.</p> <p>La evaluación de los resultados estará sustentada por parámetros mínimos como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alcance de audiencia • Impresiones • “Engagement” (comentarios, “likes”, “shares”) • Sentimiento • Contenido “Saved” (contenido guardado por la audiencia) • Conversión (respuestas a un llamado a la acción) <p>En caso de un blog, además debe incluir:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visitas totales al blog • Número de suscriptores

	<p>En el caso de los influyentes, se podrán someter piezas en las siguientes subcategorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Micro influyentes: Gente común, empleados y expertos en ciertas industrias que tienen entre 500 y 10,000 seguidores. Tienen una gran relevancia y resonancia entre su grupo de influyentes, derivada de su experiencia personal y de la fortaleza de la relación con sus redes. • Macro influyentes: Personas que tienen entre 10,000 a 100,000 seguidores. Ejercen influencia en categorías específicas, tales como estilos de vida, moda, negocios o productos de consumo, entre otros. • Mega influyentes: Personas que poseen más de 100,000 seguidores. Por lo general, generan contenido sobre una variedad de temas y tienen una destacada presencia en medios como la radio y la televisión.
<p>R-16 Mejor uso de historias en medios digitales</p>	<p>Uso excepcional de la narrativa (<i>storytelling</i>) en redes sociales como YouTube, Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, TikTok u otras, o blogs para lograr la interacción con los públicos. Compartirá capturas de pantalla o enlaces a las historias y proveerá resultados.</p> <p>Entre los resultados cuantitativos se considerarán los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alcance de audiencia • Posts más vistos • “Engagement” (comentarios, <i>likes</i>, <i>shares</i>) • Sentimiento • Menciones • Conversión (respuestas a un llamado a la acción) <p>El relacionista deberá someter su pieza en una de las siguientes subcategorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones sin fines de lucro • Agencias de gobierno • Empresas privadas • Individuo o figura pública
<p>R-17 Páginas web y sitios</p>	<p>Uso de un sitio o página web como parte de un programa de comunicación o de mercadeo de contenidos, incluye salas de prensa, y páginas de aterrizaje (<i>landing pages</i>).</p> <p>Incluirá capturas de pantalla o copias de las páginas clave en el material de apoyo, así como el URL en el resumen. Entre los resultados cuantitativos se considerarán los siguientes para los sitios o páginas web:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tráfico • Fuentes de tráfico • Tasa de rebote (<i>bounce rate</i>)

	<ul style="list-style-type: none"> • Páginas más visitadas • Tasa de conversión (<i>conversion rate</i>) • Tiempo promedio en la página • Número de páginas visitadas (<i>page views</i>) • Descargas de contenido (si aplica) • Reproducciones de vídeos (<i>video views</i>) <p>Las salas de prensa, que pueden ser digitales o virtuales, consisten en un sitio, sección o página web para compartir información sobre una corporación u organización con los medios de comunicación. Entre los resultados cuantitativos se considerarán los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contenido más visitado • Contenido más descargado • Contenido compartido en redes sociales • Suscripciones a través de agregadores de contenido • Información publicada • Periodistas registrados <p>El relacionista deberá someter su pieza en una de las siguientes subcategorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones sin fines de lucro • Agencias de gobierno • Empresas privadas
<p>R-18 Aplicaciones para móviles (tablets o celulares)</p>	<p>Uso de una aplicación para móvil como parte de un programa de relaciones públicas. El resumen de la pieza incluirá el texto, imágenes claves y las instrucciones para descargar la aplicación.</p> <p>Entre los resultados cuantitativos se considerarán los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Descargas • Comentarios de los usuarios (<i>reviews</i>) • Calificaciones de los usuarios (<i>ratings</i>) • Tasa de retención • Usuarios activos por día • Usuarios activos por mes • Sesiones diarias por usuarios activos por día <p>El relacionista deberá someter su pieza en una de las siguientes subcategorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones sin fines de lucro • Agencias de gobierno • Empresas privadas
<p>R-19 Vídeos en línea</p>	<p>Vídeos producidos para distribución en línea con el fin de informar, educar y promover cambio de opinión o conducta sobre un evento, producto, servicio, asunto de interés público u organización. Las</p>

	<p>participaciones incluirán un enlace al video editado o el video como material de apoyo.</p> <p>Entre los resultados cuantitativos se considerarán los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Datos demográficos • Tiempo de reproducción • Número de vistas • <i>Click Through Rate</i> • Videos compartidos en redes sociales • Interacciones (<i>engagement</i>) • Tasa de conversión • Comentarios
<p>R-20 Publicaciones</p>	<p>Publicaciones diseñadas, escritas y publicadas que respondan a un interés particular y que formen parte de un esfuerzo de relaciones públicas. Incluye publicaciones en papel o en formato digital, tales como: libros y folletos corporativos, informativos o de ventas, informes anuales, revistas conmemorativas, material de carpetas de prensa, tutoriales, suplementos y piezas de mercadeo directo, revistas, boletines u otro tipo de publicación.</p>
<p>R-21 Investigaciones</p>	<p>Estudio cuantitativo o cualitativo que pretende aportar conocimientos relativos a la teoría o práctica de las relaciones públicas para continuar el desarrollo de la profesión o que forma parte de un programa de relaciones públicas que documenta su valor o beneficio. Incluirá información sobre la metodología y los hallazgos.</p> <p>El relacionista deberá someter su pieza en una de las subcategorías indicadas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investigación realizada por el o la relacionista. • Investigación encomendada a un tercero y supervisada por un relacionista.

Premios especiales

A continuación, se presentan los premios especiales que se otorgan como parte del Certamen Excel:

Relacionista distinguido
<p>Descripción</p> <p>Reconocimiento otorgado al socio regular de la ARPR que se haya destacado por su ejecutoria ética y profesional. Esta persona tiene que haber sido socio de la ARPR por un período no menor de cinco (5) años, tener por lo menos diez (10) años de experiencia en la profesión y ser socio activo en el momento que se somete la candidatura. El relacionista nominado tiene que estar ejerciendo la profesión al momento de la nominación. Se considera un premio a la trayectoria del socio, no meramente un reconocimiento a su más reciente año de trabajo.</p>

<p>Proceso de nominación</p>	<p>El director del Certamen se encargará de que la ARPR circule una promoción a los socios bonafide para que sometan candidatos al premio Relacionista Distinguido.</p> <p>Los relacionistas que nominan tienen que tomar en consideración los siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tienen que llenar un formulario de nominación que podrá ser descargado de la página web de la ARPR. Cada relacionista podrá nominar un máximo de dos (2) colegas relacionistas licenciados. • Una vez completado el formulario, tiene que ser sometido a través de la página web de la ARPR. • Los relacionistas que nominen a un colega para este premio recibirán un acuse de recibo mediante correo electrónico no más tarde de 48 horas de haber realizado la nominación. De no recibir el acuse de recibo en el periodo de 48 horas, el relacionista que nomine a un colega a este premio deberá comunicarse con la oficina de la ARPR para conocer el estatus de la nominación. <p>Los relacionistas nominados tienen que tomar en consideración lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los candidatos nominados que cualifiquen serán notificados por el director del jurado para que sometan un escrito de un máximo de dos (2) páginas tamaño 8.5 x 11. Utilizará letra Calibri o Aptos tamaño 12, espacio 1.15 y márgenes 0.5 (<i>Narrow</i>) en todo el documento. El escrito incluirá lo siguiente: datos sobre su educación, experiencia, logros profesionales, aportación a la comunidad, a la profesión y a la asociación, junto a sus referencias. • Los candidatos nominados deben estar disponibles para una entrevista con el Comité, de ser necesario.
<p>Comité evaluador</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El Comité evaluador estará compuesto por tres (3) socios con diez (10) años de experiencia y un mínimo de cinco (5) años como socio y que no sean nominados ese año al premio de relacionista distinguido. Serán previamente nombrados por el director del jurado y aprobados por el director del Certamen. • Evaluarán los cuestionarios completados por los nominados y elegirán al ganador por consenso después de un periodo de discusión. • El nombre del ganador será informado por el director del jurado al director del Certamen y a la junta de directores, para anunciarlo al ganador mediante comunicación escrita. Igualmente, se le comunicará al relacionista que haya realizado

	esta nominación. En caso de que surja un fenómeno natural que dificulte la comunicación digital, se utilizará el método que se encuentre disponible en ese momento para comunicarse con el ganador.
Criterios de evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Que cumpla con los criterios de tiempo mínimo establecido. • Contribución al mejoramiento de la profesión y aportación a la ARPR. • Contribución al mejoramiento de la comunidad. • Ejecutoria profesional y cívica del socio. • Entrevista con el Comité, de ser necesaria.
Cuota	No aplica.

Premio Francisco “Paco” Oller

Descripción

Reconocimiento a la creatividad en relaciones públicas. Se le otorga el premio Excel al relacionista licenciado designado en la hoja de créditos como recipiente del premio. En el caso de socios corporativos, el premio se entregará al individuo responsable por la planificación o ejecución, según designado en la hoja de créditos.

La escultura del premio Paco Oller, donada por *West Indies & Grey* en 1990, último lugar donde trabajó Francisco “Paco” Oller, permanecerá bajo la custodia del ganador durante el año siguiente a la premiación.

Criterios de evaluación

- Se evaluará la creatividad, definida como elementos novedosos u originales en:
 - Concepto
 - Ejecución
 - Estrategia
 - Mensaje
- El jurado evaluará las piezas ganadoras que obtuvieron una puntuación mínima de 3.75, que equivale a un 75% de la puntuación óptima que puede recibir una pieza.
- El director del jurado discutirá con el jurado las piezas calificadas para llegar a un consenso sobre la pieza merecedora del premio Paco Oller. De no haber un consenso, se llevará a cabo una segunda votación, partiendo de cero, para seleccionar el ganador. En este caso, la votación será privada y se llevará en hojas de evaluación, donde se otorgará del 1 al 5 en cada criterio (siendo el 5 la puntuación más alta).
- La pieza que mayor puntuación obtenga será la ganadora.

Cuota

No aplica.

Premio Sixto Toro

Descripción

Reconocimiento a la efectividad en el logro de los objetivos de relaciones públicas. Se le otorga el premio Excel al relacionista licenciado designado en la hoja de créditos como recipiente del premio. En el caso de socios corporativos, el premio se entregará al individuo responsable por la planificación o ejecución, según designado en la hoja de créditos.

Criterios de evaluación

- Se evaluará la efectividad del esfuerzo de relaciones públicas, analizando los resultados presentados y cómo éstos reflejan el logro de los objetivos establecidos.
- El jurado evaluará las piezas ganadoras que obtuvieron una puntuación mínima de 3.75, que equivale a un 75% de la puntuación óptima que puede recibir una pieza.
- El director del jurado discutirá con el jurado las piezas calificadas para llegar a un consenso sobre la pieza merecedora del premio Sixto Toro. De no haber un consenso, se llevará a cabo una segunda votación, partiendo de cero, para seleccionar el ganador. En este caso, la votación será privada y se llevará en hojas de evaluación, donde se otorgará del 1 al 5 en cada criterio (siendo el 5 la puntuación más alta).
- La pieza que mayor puntuación obtenga será la ganadora.

Cuota

No aplica.

Premio especial al estudiante de relaciones públicas

Descripción

Premio Excel otorgado a una campaña o programa de relaciones públicas desarrollado en su totalidad por el estudiante, o grupo de estudiantes, universitario(s) como parte de un curso durante un trimestre o semestre académico entre el 1 de enero del año anterior al Certamen Excel hasta el 30 de junio del año en el que se celebra el Certamen Excel.

El curso de relaciones públicas tiene que ser impartido por un profesor (a tarea parcial o a tiempo completo) licenciado en relaciones públicas en un programa de bachillerato o maestría en relaciones públicas de una institución acreditada ubicada en Puerto Rico. El estudiante que somete la pieza incluirá copia vigente de la licencia de relacionista del profesor y una carta de recomendación del profesor que impartió el curso o supervisó el proyecto.

El aspecto primordial que se evaluará al juzgar una pieza sometida como parte de un curso semestral será cuán efectivo fue su uso en relación con el objetivo que se buscaba, en el caso de un proyecto implementado. En el caso de los cursos trimestrales, el aspecto primordial que se evaluará será la planificación de la pieza.

Los estudiantes podrán someter piezas en una de las siguientes subcategorías:

- Organizaciones sin fines de lucro
- Agencias de gobierno

- Empresa privada
- Individuo o figura pública

Premio

Se entregará un trofeo Excel al estudiante que planificó la pieza. Cada estudiante que formó parte del grupo recibirá un certificado y una medalla como evidencia de haber formado parte del proyecto ganador.

Requisitos mínimos

Someter un resumen escrito en formato PDF con un máximo de cinco (5) páginas tamaño 8.5” x 11”. Utilizará letra Calibri o Aptos, tamaño 12, espacio 1.15 y márgenes 0.5 (*Narrow*) en todo el documento. El escrito incluirá lo siguiente:

Análisis de situación	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación (formal o informal). • Identificación del problema u oportunidad, y los factores existentes.
Planificación	<p>Un resumen del programa con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • fecha en la que se realizó el trabajo • objetivos medibles con los 4 elementos que los componen. Véase la definición en la sección Definiciones. • públicos específicos (internos y/o externos) • estrategias • presupuesto
Ejecución	Incluir una descripción de los diferentes elementos del programa y las tácticas realizadas.
Evaluación y resultados (cualitativos, cuantitativos o ambos)	<ul style="list-style-type: none"> • Explicar y demostrar las oportunidades y limitaciones a las que se enfrentaron en la consecución de los objetivos medibles. • Proveer evidencia de cómo se alcanzaron los objetivos propuestos.

Material de apoyo: Compendio del material producido que documente el programa. El material de apoyo puede someterse en formatos PDF, JPG, PNG. El material videográfico tiene que cumplir con los siguientes requisitos: 1080p, 24fps, con una duración no mayor de 2 minutos, un tamaño máximo de 110.0 MB y someterse en formatos MOV, MPEG. No se aceptará material de apoyo editable enviado como documentos de Word, Excel, Power Point, Canva, Google Workspace, etc.

En caso de que el estudiante someta voluntariamente un video resumen (*recap*) de su pieza, este no puede exceder los 30 segundos. Este video no es un requisito del Certamen como material de apoyo; es una pieza opcional por lo que no formará parte del proceso de evaluación. Todo documento sometido en pdf que incluya enlaces (*links*) para que el jurado visite, o acceda, tendrá los enlaces habilitados para que se les haga *click* (*clickable links*) para que pueda ser evaluado. De igual forma, los enlaces en la nube, conocido en inglés como *cloud storage* (ejemplo: OneDrive, Google Drive, Dropbox) tienen que estar habilitados para accederlos por cualquier persona que tenga el enlace de acceso. En caso de que el contenido no pueda accederse, no será evaluado.

Como parte del material de apoyo, todas las piezas tienen que incluir la lista de influyentes (*influencers*) y portavoces externos (*spokepeople*) que participaron del proyecto.

Se exhorta a los estudiantes y sus profesores relacionistas licenciados que interesen inscribir piezas bajo este premio especial a que participen en la orientación sobre las reglas del Certamen. Pueden participar de manera presencial en la reunión que el Comité anunciará por los canales de la ARPR, o virtual a través del On-Demand, que estará disponible en el *website* de la ARPR.

Los nombres de los documentos que sean incluidos en la inscripción tienen que estar estandarizados. Ejemplo: NOMBRE DE PROYECTO (estudiante)-resumen; MATERIAL APOYO 1-estudiante.

	Criterio	Porcentaje de evaluación
Criterios de evaluación- curso semestral	Identificación y análisis del problema u oportunidad, e integración efectiva de la investigación realizada.	20%
	Desarrollo de objetivos específicos, medibles y cuantificables dentro de un periodo determinado; identificación efectiva de públicos, desarrollo de estrategia(s) adecuadas para el logro de los objetivos.	25%
	Implementación efectiva del plan trazado.	25%
	Demostrar efectividad en el logro de los objetivos establecidos.	30%
Criterios de evaluación- curso trimestral	Identificación y análisis del problema u oportunidad, e integración efectiva de la investigación realizada.	20%
	Desarrollo de objetivos específicos, medibles y cuantificables dentro de un periodo determinado; identificación efectiva de públicos, desarrollo de estrategia(s) adecuadas para el logro de los objetivos.	25%
	Implementación efectiva del plan trazado.	25%
	Demostrar que la planificación va acorde con los objetivos establecidos.	30%
Cuota	\$65.00	

Equipo del Certamen Excel

A continuación, se presentan los roles y responsabilidades de los miembros de la ARPR que formarán parte del equipo que se encargará de planificar y ejecutar el Certamen Excel:

Puesto	Descripción de roles y responsabilidades
Director del Certamen	<ul style="list-style-type: none"> El vicepresidente de la ARPR será el director del Certamen Excel. Será responsable ante la Junta de Directores de la ARPR de todo el proceso relacionado con el Certamen. Tendrá la potestad de nombrar un productor de la actividad de premiación y someterá a la Junta los candidatos al puesto de director del jurado. No podrá someter piezas relacionadas con proyectos en los que haya trabajado directamente para competir durante el año que dirija el Certamen. Se debe entender por trabajo directo el que haya estado involucrado en cualquier aspecto de la pieza, ya sea en su diseño, planificación, ejecución, creatividad o redacción, como socio del equipo que trabajó la pieza, inclusive como cliente.

	<ul style="list-style-type: none"> • No tendrá voz ni voto en el proceso de selección de piezas. Tampoco se podrá desempeñar como jurado. • Será responsable de que el director del jurado ofrezca una orientación compulsoria sobre las reglas y procedimientos del Certamen al Comité evaluador del relacionista distinguido y a los miembros del jurado. • Constituirá, de ser necesario, el Comité de evaluación de querellas. • Coordinará con la ARPR las fechas de ejecución del Certamen para que no confluyan con los periodos de cierre de la oficina de la asociación. • Creará una carpeta sobre las tareas realizadas durante el Certamen que dirigirá y coordinará una reunión explicativa con el director del Certamen del año siguiente.
<p>Director del jurado</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Será recomendado por el director del Certamen y ratificado por la junta de directores de la ARPR. Será un socio regular bonafide con más de cinco (5) años de experiencia en la profesión. El director del jurado será responsable por la mecánica y desarrollo de la evaluación de las piezas, así como de obtener el equipo de jurados y alternos necesarios. • Será responsable de nombrar al jurado y Comité evaluador de los premios especiales con la aprobación del director del Certamen. • Será responsable de anunciar la convocatoria del Certamen y la fecha límite para someter las piezas. • No podrá someter piezas relacionadas con proyectos en los que haya trabajado directamente para competir durante el año que dirija el jurado del Certamen Excel. Se debe entender por trabajo directo el que haya estado involucrado en cualquier aspecto de la pieza, ya sea en su diseño, planificación, ejecución, creatividad o redacción, como socio del equipo que trabajó la pieza, inclusive como cliente. • El director del jurado no podrá actuar como jurado en ninguna categoría. • Será responsable de ofrecer una orientación presencial o por una plataforma digital sobre las reglas y procedimientos del Certamen al jurado y al Comité evaluador del Relacionista Distinguido, de dirigir y guiar la discusión del jurado durante el

	<p>proceso de evaluación de piezas y aclarar las dudas de los participantes durante el período previo a someter las piezas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El director del jurado será responsable de verificar que ningún miembro del jurado tenga conflicto de interés o apariencia de conflicto con las piezas sometidas o las entidades que someten. Por lo que debe someter una lista con los nombres de las piezas, sus categorías y la persona que las somete tan pronto el Comité certificador las apruebe para participar en el Certamen. • El director del jurado enviará al jurado las piezas sometidas con un máximo de 10 días calendario de anticipación a la fecha acordada para su evaluación de manera que se familiarice con las piezas y facilitar la evaluación final en la fecha acordada. El jurado no puede discutir entre sí, ni con cualquier otra persona las piezas recibidas.
<p>Jurado</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El jurado estará compuesto por siete (7) integrantes. De estos, cuatro (4) serán socios bonafide de la ARPR con un mínimo de cinco (5) años de experiencia en la profesión. Los otros tres (3) integrantes del jurado serán profesionales de las ramas de mercadeo, periodismo, comunicación digital, redes sociales, producción, promociones, publicidad o la academia con conocimiento demostrado en campos afines y experiencia en proyectos de relaciones públicas. Dependiendo del número de piezas sometidas, el director del Certamen en conjunto con el director del jurado, podrán crear un panel de jurado adicional integrado por la cantidad de integrantes que estimen necesarios para evitar los conflictos de interés en la evaluación de piezas. • Los socios alternos del jurado serán convocados en aquellos casos en donde haya conflicto de interés o ausencia de socios del jurado principal. • Los relacionistas nominados en la categoría de Relacionista Distinguido serán evaluados por jurados especiales seleccionados por el director del Certamen y director de jurado. • Ningún miembro de la Junta de Directores de la ARPR podrá ser nombrado jurado. • Los deberes y responsabilidades de los jurados incluyen: <ol style="list-style-type: none"> 1. Evitar los conflictos de interés con relacionistas licenciados que sometan piezas, ya sea de índole personal o profesional. 2. Aclarar dudas únicamente con el director del jurado. 3. Mantener inalteradas las piezas que el relacionista licenciado someta.

	<p>4. Evaluarán una pieza a la vez. Podrán compartir comentarios evaluativos en medio del proceso de calificación, con tiempo medido para que no acaparen la conversación que se pueda generar entre ellos. Luego del proceso de discusión sobre la pieza, cada miembro del jurado calificará la pieza en privado antes de pasar a evaluar la próxima pieza. El director del jurado servirá como líder y facilitador de este proceso.</p> <p>5. Si durante el proceso de evaluación se plantea que una pieza no corresponde a la categoría en la cual se presentó, el director del jurado llamará al jurado a votación sobre dicho planteamiento. El jurado no podrá reubicar piezas en una categoría diferente en la que originalmente fue sometida. Si el jurado, luego de la discusión entiende que la pieza no corresponde a la categoría en la que fue sometida, se descualificará.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El director del jurado notificará por escrito al relacionista que haya sometido una pieza descualificada. En caso de que surja un fenómeno natural que dificulte la comunicación digital, se utilizará el método que se encuentre disponible para poder comunicarse con el relacionista que sometió la pieza. • Todos los miembros del jurado participarán de una orientación compulsoria sobre las reglas y procedimientos del Certamen. • Todos los miembros en propiedad y alternos del jurado, o jurado especializado, firmarán un acuerdo de confidencialidad que les compromete a no revelar información alguna sobre las piezas evaluadas, el proceso de evaluación ni los resultados del Certamen. De violar este acuerdo de confidencialidad, los miembros del jurado se expondrán a la radicación de una querrella ante el Comité de ética de la ARPR. • Las decisiones del jurado son finales e irrevocables.
<p>Comité certificador</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La función del Comité certificador es velar por la transparencia del proceso de recibo de piezas, confirmando que se cumplen con los requisitos descritos en las reglas de Excel. • Recibirá los trabajos sometidos y estará compuesto por el tesorero, el director del Certamen, el director del jurado y la administradora de la oficina. El comité certificador estará vigente durante el periodo de la convocatoria de piezas. • Este Comité no evaluará los méritos de las piezas ni pasará juicio sobre la información incluida en la pieza. El Comité certificador no tendrá la potestad de cambiar de categoría ninguna pieza;

	<p>sólo certificará que las secciones requeridas están incluidas en el documento escrito, según la categoría para la cual se somete la pieza.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El Comité certificador será responsable de verificar la hoja de créditos, licencia vigente, relevo de uso, resumen escrito con las especificaciones correspondientes y los materiales de apoyo sometidos, según la categoría para la cual se somete la pieza. • El Comité certificador enviará al participante un correo electrónico certificando la pieza. En caso de que surja un fenómeno natural que dificulte la comunicación digital, se utilizará el método que se encuentre disponible para poder comunicarse con los relacionistas con piezas certificadas. <p>En caso de que la Hoja de Créditos incluya más de un (1) nombre en la sección de Relacionista que Planificó y Relacionista que Ejecutó, el Comité certificador llamará al relacionista que sometió la pieza para notificarle que indique solo un (1) nombre en cada una de estas secciones como relacionista que recibirá el Paco Oller o el Sixto Toro.</p> <p>En caso de que la pieza no cumpla con los requisitos del Certamen, el Comité certificador enviará un correo electrónico al relacionista que sometió la pieza; en este correo estarán listados todos los requisitos incumplidos.</p>
<p>Audidores</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Un Contador Público Autorizado (CPA) tendrá a su cargo la auditoría de las votaciones. Podrá llamar a cualquier jurado para corroborar cualquier calificación en la que tengan duda, así como la certificación de los resultados por parte del jurado. • Informa al jurado sobre las piezas que obtengan puntuaciones entre 1 al 3.25 para que sean descartadas. • Certifica como desierta una categoría si ninguna de las piezas sometidas alcanza la puntuación mínima promedio de 3.50. • De una categoría quedar desierta, los auditores devolverán al director del jurado toda pieza en esa categoría que obtenga una puntuación mínima de entre 3.26 a 3.49 dentro de esa categoría, para ser reevaluada por el jurado y la segunda puntuación será la final y firme. • Certifica como finalistas las piezas que tengan una puntuación mínima de 3.75. • En caso de empate, el auditor tendrá que notificarle al director del jurado para que, frente al auditor, dicho jurado reevalúe las

	<p>piezas y otorgue un desempate. De persistir el empate en la segunda votación, el jurado podrá otorgar el primer premio a dos (2) piezas.</p> <ul style="list-style-type: none">• Si hay error en tabulación por parte de un jurado, se llamará para que, delante del auditor, haga la corrección que estime conveniente y ambos firmen.• Una vez finalizado el proceso, el auditor mantendrá en archivo las votaciones y entregará una relación de los finalistas y otra de los ganadores al director del Certamen y al director del jurado. Esta información se mantendrá en estricta confidencialidad hasta transcurrida la actividad de premiación.
--	--

Sanciones

El relacionista licenciado que someta una pieza para evaluación con información falsa o incorrecta se expone a ser denunciado a través de una querella presentada según el Procedimiento para radicar y dilucidar querellas relacionadas con el Certamen Excel o una querella ante la Junta Reglamentadora de Relacionistas.

Luego de deliberar sobre la querella presentada, el Comité de evaluación de querellas recomendará las acciones que se tomarán en torno a la querella.

Los relacionistas licenciados se exponen a una posible violación a la Ley 204 del 8 de agosto del 2008, que podría conllevar la pérdida de licencia, multas y pena de cárcel, según estipulado en dicha Ley.

Procedimiento para radicar y dilucidar querellas relacionadas con el Certamen Excel

Objetivo

Canalizar de forma apropiada las querellas relacionadas con el Certamen Excel y establecer criterios para la radicación de la querella, la evaluación uniforme y objetiva de los planteamientos presentados por el querellante y la comunicación de los resultados de la evaluación. Este procedimiento será el único mecanismo de la ARPR para evaluar y dilucidar estas querellas.

Método para la radicación

El querellante entregará en la oficina de la ARPR o enviará al correo electrónico de la ARPR una comunicación escrita que contenga:

- Su nombre e información de contacto.
- Razón por la cual somete la querella.
- Evidencia que documente la razón por la cual se somete la querella que aporte a su evaluación y deliberación.

- Información de contacto de personas que puedan corroborar los señalamientos que está sometiendo.

Tiempo límite para la radicación

El querellante tendrá hasta quince (15) días laborables después de la fecha de la ceremonia de premiación para radicar la querella.

Comité de evaluación de querellas

La ARPR constituirá un Comité ad hoc para la evaluación y deliberación de querellas relacionadas con el Certamen Excel. Este Comité será convocado y dirigido por el director del Certamen Excel.

La decisión del Comité de querellas será final e inapelable.

Descripción	
Composición del Comité de querellas	<ul style="list-style-type: none"> • El comité estará integrado por el director del Certamen y el director de jurado de la edición del Certamen Excel a la cual se refiere la querella y el expresidente inmediato que sea socio bonafide durante la edición del Certamen a la cual se refiere la querella. • Los miembros de este Comité no podrán tener ningún tipo de conflicto de interés con el querellante o el querellado. Si alguno de los miembros tiene conflicto de interés con el querellante o el querellado, incluyendo al propio director del Comité de evaluación de querellas, se asignará un sustituto, quien será un socio bonafide de la ARPR que se haya desempeñado como director de jurado de Excel en pasadas ediciones del Certamen. • Los miembros del Comité firmarán un acuerdo de confidencialidad antes de comenzar la evaluación de la(s) querella(s) presentada(s) y no podrán comentar o divulgar ninguna información a la que estén expuestos durante el proceso.
Responsabilidades del director del Comité de querellas	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar los méritos de la querella presentada para determinar si procede de acuerdo con lo establecido en el procedimiento para la radicación de querellas. • Constituir el Comité de evaluación de querellas. • Abrir un expediente y documentar el proceso. • Recopilar la documentación y evidencia necesaria para la evaluación. • Citar a las reuniones necesarias para la evaluación de la querella y deliberación final.

	<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir las reuniones del Comité, documentar el fallo y tomar la acción que requiera el fallo. • Comunicar el fallo a la Junta de la ARPR, al querellante y al querellado. • Decidir si la querella será referida a la Junta Reglamentadora.
Responsabilidades de los miembros del Comité de querellas	<ul style="list-style-type: none"> • Asistir a las reuniones citadas. • Evaluar, discutir y deliberar sobre la querella y la evidencia presentada. • El Comité llevará a cabo la evaluación de la(s) querella(s) en un período no mayor de treinta (30) días naturales desde la fecha en que la ARPR recibió la querella. • El Comité determinará si es necesario entrevistar alguna de las partes implicadas durante su evaluación de la querella. • El Comité podrá recomendar: 1) desestimar la querella; 2) retirar un premio si la investigación arroja que se proveyó información falsa en la presentación de la pieza; 3) referir la querella al Comité de ética de la ARPR o a la Junta Reglamentadora. • El Comité no emitirá juicio sobre los méritos de la pieza, ni alterará la evaluación del jurado, cuya decisión es final e irrevocable.
Divulgación de la deliberación	<ul style="list-style-type: none"> • El querellante recibirá la contestación a su querella por escrito en un período no mayor de cuarenta y cinco (45) días naturales desde la fecha en que la ARPR recibió su querella. • La comunicación será emitida y firmada por el director del Comité de evaluación de querellas, quien enviará copia al director de jurado y al expediente del Certamen Excel de ese año. • El director del Comité de evaluación de querellas enviará una comunicación a los socios de la ARPR si, como resultado de la querella, se retiró algún premio.

Revisiones a las reglas del Certamen Excel

Estas reglas y procedimientos del Certamen Excel serán revisadas y atemperadas según sea necesario o según entienda el Comité Excel de la ARPR para el año del Certamen en curso.

Los cambios o enmiendas a las reglas del Certamen recomendados por el Comité de Excel tienen que ser aprobados por la Junta de Directores e informados a la matrícula previo a la convocatoria del Certamen de cada año a través de una comunicación oficial. La copia de las reglas vigentes para cada año se publicará en la página web de la ARPR.

Historial de revisiones

Año	Descripción de los cambios
2025	<p>En esta revisión se reorganizaron todas las secciones de las reglas y se trabajaron las siguientes modificaciones/actualizaciones por cada sección:</p> <p>Definiciones</p> <ul style="list-style-type: none">Se expandió la definición de “Agencias de Gobierno” para incluir las dependencias de las ramas Judiciales y Legislativas. <p>Requisitos de elegibilidad y entrega de piezas</p> <ul style="list-style-type: none">Fecha de implementación del proyecto - Se especificó el periodo que comprende la pieza sometida. Anteriormente decía “18 meses previos” a la entrega y ahora dice “del 1 de enero del año anterior a Excel hasta el 30 de junio del año en curso”. Esto elimina las dudas del periodo de 18 meses que estaba muy abierto a interpretación.Promoción de la orientación - Se incluyó que se anunciará por los canales de comunicación de la ARPR.Pago de cuota de participación - Se aclaró que el pago se realizará dentro de las 24 horas después de enviarse la notificación de certificación.Se actualizó el costo de participación para inscribir una pieza en el Certamen.Entrega de piezas digitales - Se añadió que el comité Excel tiene la potestad de modificar el periodo de inscripción a causa de fenómenos naturales.Periodo para someter piezas - Se aclaró que el relacionista licenciado tiene un máximo de 30 días para someter.Se aclaró el requisito correspondiente a los socios bajo membresía corporativa, indicando que el trofeo se le entregará al relacionista indicado en la Hoja de Créditos, no al socio designado como representante de la corporación ante la ARPR.Documentos requeridos - Se especificó que todas las piezas sometidas tienen que acompañarse por la Hoja de Crédito y las licencias vigentes de los relacionistas que trabajaron en la pieza y la lista de influyentes y portavoces externos que participaron del proyecto.Guías para someter la pieza<ul style="list-style-type: none">Resumen - Se cambiaron las especificaciones de los márgenes, tipo y tamaño de tipografía y espacios.

- Material de apoyo - Se especificaron los formatos de los videos y se aclaró que no se aceptarán materiales en formatos editables. Se incluyeron instrucciones para resúmenes en video (opcionales) y programación de enlaces en los PDFs sometidos.
- Orientación - Se elimina la orientación compulsoria, pero se establecen dos (2) maneras de participar manteniendo evidencia de la asistencia.
- Estandarización de los nombres de los documentos - Se incluyó la forma en que se nombrarán todos los documentos al someterlos.

Premiación

- Cantidad de trofeos por pieza (igual para socios y no socios)
 - Planificación y ejecución - A cada pieza ganadora se le asignarán dos trofeos en total: uno (1) para el relacionista que planificó y uno (1) para el que ejecutó.
 - Relacionistas adicionales - Recibirán un certificado, pero si desean un trofeo, lo solicitarán una semana después de la premiación por un costo adicional.
- Se aclaró que solo participarán por los premios Paco Oller y Sixto Toro las piezas ganadoras que cumplieron los requisitos de estas categorías especiales.

Categorías

- Se añadieron subcategorías a las siguientes categorías: R5-Eventos, R6-Responsabilidad social corporativa, R10-Uso de relaciones públicas en apoyo a mercadeo, R12-Manejo de “issues”, R13-Comunicación para manejo de crisis, R16-Mejor uso de historias en medios digitales, R17-Páginas web y sitios, R18-Aplicaciones para móviles (*tablets* o celulares).
- R-15, Uso de influyentes en redes sociales o blogueros
 - Se especificó que los resultados de la pieza tienen que incluir los seis parámetros para influyentes y ocho para blogueros mencionados en la descripción de la categoría. El relacionista puede añadir cualquier otro parámetro que desee para sustentar su efectividad.
 - Se eliminaron los ejemplos presentados para cada subcategoría y se sustituyó por el término “personas”.
- Relacionista Distinguido
 - Se añadió el requisito de que el nominado tiene que estar ejerciendo la profesión al momento de la nominación.
 - Se añadió que cada relacionista podrá nominar un máximo de dos colegas y que el nominado tiene que estar ejerciendo la profesión el año de la nominación.
 - Se aclaró el formato en que el nominado llenará el formulario de evaluación.
- Paco Oller - Se incluyó que la escultura permanecerá bajo la custodia del ganador durante el año siguiente a la premiación.
- Estudiante de relaciones públicas
 - Se añadió que el resumen tiene que incluir la fecha en que se realizó el proyecto.
 - Se eliminaron los ejemplos presentados como “individuos o figuras públicas”.
 - Se especificaron los formatos de los videos y se aclaró que no se aceptarán materiales en formatos editables.

	<ul style="list-style-type: none"> • Se incluyeron instrucciones para resúmenes en video (opcionales) y programación de enlaces en los PDFs sometidos. Igualmente, se incluyó el requisito de someter la lista de influyentes y portavoces externos que participaron en el proyecto. • Se añade exhortación de que participen de las orientaciones sobre las reglas. • Se incluyó la forma en que se nombrarán todos los documentos al someterlos. • Se desglosaron los criterios de evaluación para los proyectos sometidos como parte de un curso trimestral. • Se actualizó el costo de participación para esta categoría. <p>Equipo del Certamen Excel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Director del Certamen <ul style="list-style-type: none"> • Se añadió que coordinará con la ARPR el <i>timeline</i> del Certamen para evitar conflictos con las fechas de cierre de la oficina. • Se añadió que creará una carpeta con las tareas realizadas y coordinará una reunión explicativa con el Director entrante. • Director del jurado - Se aumentó a 10 días calendario el envío de piezas al jurado previo a la evaluación. • Jurado – se añadió el campo de la publicidad como uno de los afines al nuestro. • Comité certificador <ul style="list-style-type: none"> • Se añadieron documentos a la lista de los requeridos a verificar como parte de su certificación. • Se especificó la revisión de la Hoja de Créditos para asegurar que solo incluya un nombre como relacionistas que planifican y ejecutan, respectivamente, por la producción de los dos trofeos asignados a cada pieza ganadora. • Se añadió que enviarán un correo electrónico al relacionista notificándole si su pieza no fue certificada. <p>Procedimiento para radicar y dilucidar querellas relacionadas con el Certamen Excel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Composición del comité de querellas - Se revisaron y actualizaron los integrantes de este comité. <p>Otras revisiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se cambiaron las menciones de “fenómenos atmosféricos” por “fenómenos naturales”, para incluir todas las situaciones de la naturaleza (tierra, aire, mar). • Se aclararon las ambigüedades de “debe” por “tiene” en los casos que lo mencionado sea un obligatorio.
2024	<p>Reglas de participación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se añadió la opción de someter piezas de manera presencial en caso de fenómenos naturales. <p>Equipo del Certamen Excel, Director del Certamen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se añadió que la orientación sobre las reglas sea compulsora de manera presencial, telefónica o por videoconferencia sincrónica.

	<p>Reglas del Certamen, Director de Jurado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se añadió que la orientación al jurado y al comité de Relacionista Distinguido se pueda realizar de manera presencial, telefónica o por videoconferencia sincrónica.
2023	<p>Cambios en las reglas del Certamen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se eliminan las categorías estratégicas y tácticas para unificar todas las categorías y otorgar los Premios Paco Oller y Sixto Toro a las piezas seleccionadas entre todas las piezas ganadoras. <ul style="list-style-type: none"> • Racional: Otorgar el mismo nivel de importancia a todas las categorías y no se limitan los premios principales a categorías específicas. • Se eliminan y consolidan algunas categorías <ul style="list-style-type: none"> • Racional: Simplificar el Certamen y facilitar que los Relacionistas sometan sus piezas. • Se vuelve a integrar na categoría de Programa y otra de Campaña de Relaciones Públicas. <ul style="list-style-type: none"> • Racional: El Comité consideró que siendo este un Certamen de Relaciones Públicas se debe premiar programas o campañas en la disciplina • Se cambió el peso de los criterios de evaluación. <ul style="list-style-type: none"> • Se bajó a 30% el criterio de efectividad (aún con el cambio se mantiene como el criterio de mayor peso). • Se subió a 25% el criterio de planificación. • Definición de los criterios de evaluación <ul style="list-style-type: none"> • Se incluye una definición de cada criterio a manera explicativa. • Licencia <ul style="list-style-type: none"> • Se establece la necesidad de mostrar copia de la licencia vigente de todo Relacionista que haya participado en la planificación y/o ejecución de las piezas. • Orientación <ul style="list-style-type: none"> • Se debe hacer presencial y tener disponible en Facebook y en el website de la ARPR. • Premiación <ul style="list-style-type: none"> • Se aumentó a un máximo de 2 la otorgación de premios en Planificación y a 3 en Ejecución. • Puntuación <ul style="list-style-type: none"> • Las piezas cualificarán para ser evaluadas si logran una puntuación de 3.50. ◦ De quedar desierta una categoría, el Auditor devolverá al Jurado toda pieza en esa categoría que haya llegado a una puntuación entre 3.25 a 3.49 para una segunda votación. • Las piezas que obtengan 3.75 serán consideradas finalistas. • Premios Especiales <ul style="list-style-type: none"> • Premio especial a estudiantes - Se premiarán trabajos de Planificación a proyectos trimestrales y de Ejecución a proyectos semestrales. • Premio Fernando Valverde se incluye en las Reglas del Certamen para darle visibilidad.

Sistema de entrega de piezas

- El material de apoyo puede someterse en formatos PDF, JPG, PNG.
- El material videográfico debe cumplir con los siguientes requisitos: 1080p, 24fps, con una duración no mayor de 2 minutos, y un peso máximo de 110.0 MB.

Hoja de Créditos

- Encasillado de Categoría: Tiene que incluir el número y nombre completo de la categoría.
- Encasillado de Subcategoría: Incluir de acuerdo con la que aplique según las reglas.
- Firmas y Títulos: Debe incluir firmas electrónicas de todas las personas involucradas en el trabajo. En el caso de ser un trabajo realizado para un cliente, debe incluir la firma y el título del cliente.
- Firmas y Títulos de Relacionistas: Debe incluir firmas, títulos y números de licencia de todos los relacionistas que trabajaron la pieza. Además entregar copia de las licencias vigentes al momento de someter las piezas.
- El socio que somete la pieza tiene que haber planificado o ejecutado la pieza.
- Trofeos por Planificación: Se entregarán hasta 2 a Socios de la ARPR, los No Socios recibirán un certificado.
- Trofeos por Ejecución: Se entregarán hasta 3 a Socios, se entregarán hasta 3 a Socios recibirán un certificado.
- Los socios corporativos deben especificar a quién se le entregaría el premio Paco Oller o Sixto Toro entre las personas señaladas bajo planificación y ejecución de la pieza.