



REGLAMENTO 2025

RESUMEN GENERAL

Período de producción de los casos

Del 01/01/2024 al 30/09/2025

Inscripciones

Del 01/05/2025 al 30/09/2025

Categorías Brasil

Total = **37**

Grandes Agencias = **12**

Agencias Boutique = **12**

Organizaciones Empresariales o Públicas = **12**

Comunicación para la COP30 = **1**

Categorías Regionales Brasil – Casos del Año

Total = 5

Categorías América Latina

Total = 5

Premios Especiales

Total = 8

Número máximo de inscripciones por organización

No hay límite

Número máximo de inscripciones de un mismo caso en diferentes categorías

3 (tres)

Evaluación

Del 08/10/2025 al 26/10/2025

Tabulación

Del 27/10/2025 al 29/10/2025

Shortlist (Finalistas)

30/10/2025

Evento de premiación

01/12/2025

Costo de las inscripciones

Anexo I (Páginas 27 y 28)

CAPÍTULO I – DEL ALCANCE DE ESTE REGLAMENTO

Art. 1.º – El presente Reglamento tiene como finalidad establecer las reglas y normas que regirán la realización de la edición 2025 (novena de la serie histórica) del Premio Latinoamericano de Excelencia e Innovación en PR – Trofeo Jatobá PR, en adelante denominado Premio Jatobá PR 2025.

§ 1.º – De este Reglamento emanan:

- Las directrices y definiciones relativas al premio;
- Las decisiones respecto a dudas, omisiones o interpretaciones presentadas por los participantes.

§ 2.º – Se establece que no procederán recursos de ninguna naturaleza contra dichas directrices y decisiones, y que las modificaciones o mejoras del concurso serán evaluadas para la próxima edición del premio.

CAPÍTULO II – DE LOS OBJETIVOS DEL PREMIO

Art. 2.º – El Premio Jatobá PR 2025 tiene como objetivo distinguir y premiar casos de PR en las siguientes categorías:

- Gran Agencia Brasil
- Agencia Boutique Brasil
- Organización Empresarial o Pública Brasil
- Organización América Latina

§ 1.º – A los efectos del Premio Jatobá PR 2025, se entiende por Organizaciones Empresariales o Públicas todas aquellas que actúan en la iniciativa privada o en el ámbito público, incluyendo instituciones del Tercer Sector (ONG, OSCIP, asociaciones, universidades, federaciones, confederaciones, etc.) y de la administración pública directa e indirecta, en los tres poderes (Ejecutivo, Judicial y Legislativo) y en los niveles municipal, estatal y federal.

§ 2.º – Asimismo, se entiende por Organización América Latina a toda organización participante —empresa pública o privada, agencia pequeña, mediana o grande (de cualquier nacionalidad), entidad o institución de carácter público o privado— que cuente con sede, sucursal o representación oficial en cualquier país de América Latina.

§ 3.º – El reconocimiento al que se refiere este Reglamento se otorgará, conforme se detalla en el documento, mediante:

- Certificados Jatobá PR personalizados para todos los casos finalistas, es decir, los que figuren en las shortlists de las cuatro categorías del premio;
- Certificados Jatobá PR personalizados para todos los miembros de los equipos participantes de los casos incluidos en las shortlists, cuyos nombres estén expresamente indicados en la Ficha de Inscripción.
- Trofeo Jatobá PR para todos los casos ganadores en sus respectivas categorías dentro de los cuatro verticales del premio y para la Categoría Especial de Comunicación para la COP30 (ver § 4.º);
- Trofeo Jatobá PR para los casos regionales ganadores de las regiones Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste y Sur de Brasil;
- Trofeo Jatobá PR para las Organizaciones del Año Brasil (Organización Empresarial o Pública, Agencia Boutique, Gran Agencia) y América Latina;
- Trofeo Jatobá PR para los Casos del Año Brasil (Organización Empresarial o Pública, Agencia Boutique, Gran Agencia) y América Latina.

4.º – El Premio Jatobá PR 2025 contará además con una categoría especial, exclusiva para casos de Comunicación para la COP30. Esta será la única categoría abierta a inscripciones provenientes de los cuatro verticales. Al igual que las demás, contará con una shortlist de hasta cinco finalistas y un único ganador, independientemente de la vertical a la que pertenezcan la organización y el caso.

CAPÍTULO III – DE LA ESTRUCTURA DE ORGANIZACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PREMIO

Art. 3.º – El Premio Jatobá PR 2025 contará con una estructura responsable por la concepción, el seguimiento y la organización de todo el proceso del premio, incluyendo la recepción de inscripciones, el relacionamiento con los participantes, la fiscalización del cumplimiento de normas y directrices, el monitoreo de los procesos de evaluación y la realización del evento de premiación.

§ 1.º – Esta estructura estará compuesta por:

- Secretaría Ejecutiva
- Auditoría Independiente
- Coordinación de Eventos
- Consejo Deliberativo
- Help Desk

§ 2.º – Las funciones de dicha estructura serán:

- Al Secretaría Ejecutiva: Organizar todo el ciclo del premio, incluyendo las etapas de inscripción, conformación del jurado, evaluación, divulgación, contacto con los finalistas y ganadores, y el evento de premiación;
- Al Auditoría Independiente: Fiscalizar íntegramente el proceso en sus etapas de inscripción, evaluación y verificación de resultados, garantizando la transparencia y legitimidad del premio;
- Al Coordinación de Eventos: Organizar el evento de premiación y su ceremonia;
- Al Consejo Deliberativo: Planificar todo el ciclo del premio, incluyendo cronograma y calendario de actividades, así como decidir sobre las demandas presentadas por los participantes y por el Jurado;
- Al Help Desk: Atender y resolver dudas de los participantes y del Jurado.

CAPÍTULO IV – DE LAS CATEGORÍAS REGULARES DEL PREMIO

Art. 4.º – El Premio Jatobá PR 2025 está compuesto por 42 categorías regulares, distribuidas de la siguiente forma: 12 para Grandes Agencias Brasil, 12 para Agencias Boutique Brasil, 12 para Organizaciones Empresariales o Públicas Brasil, 5 para Organizaciones de América Latina y 1 para Comunicación para la COP30, categoría especial abierta a participantes de los 4 verticales del premio.

§ 1.º – Las categorías de premiación para las Grandes Agencias Brasil y para las Agencias Boutique Brasil son las siguientes, siendo que el primer conjunto de números de referencia corresponde a las Grandes Agencias (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 y 12) y el segundo a las Agencias Boutique (13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23 y 24):

1/13. ANÁLISIS DE DATOS PARA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Distinción al proyecto/caso que se base en el análisis de datos para planificar y ejecutar estrategias de comunicación para una organización, marca o iniciativa corporativa. Pueden postularse casos en los que la interpretación y el análisis de datos hayan tenido un impacto positivo en las estrategias de comunicación, contribuyendo al desafío de las marcas en medir los resultados de sus acciones, definir metas y entender los mejores caminos para la divulgación, campañas o incluso en escenarios de crisis. Con el uso de metodologías propias, de mercado, totalmente personalizadas o combinadas con tecnologías aliadas al análisis humano, esta categoría busca reconocer trabajos en los que el monitoreo sistemático del desempeño de la organización en la prensa o redes sociales haya influido directamente en las estrategias proactivas o reactivas de las empresas.

2/14. ASESORÍA DE PRENSA/RELACIÓN CON LOS MEDIOS

Distinción al mejor proyecto/caso de asesoría de prensa o relaciones con los medios, que

abarque, entre otros aspectos, la divulgación de contenido, el relacionamiento con periodistas, y el apoyo a la especialización y/o formación profesional (como cursos para periodistas, por ejemplo). Pueden participar desde grandes proyectos integrados de relaciones con los medios hasta iniciativas más simples que hayan logrado un resultado sorprendente e impactante para la actividad de relaciones públicas.

3/15. CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

Distinción a la mejor campaña de comunicación dirigida a uno o más públicos específicos (interno o externo), abarcando temáticas corporativas, educativas, culturales, de salud, comportamiento, entre otras. Pueden participar campañas segmentadas o generales, independientemente de los canales utilizados, siempre que estén alineadas con los esfuerzos de la organización por involucrar a sus públicos en causas relevantes, como la prevención de enfermedades, el estímulo a la actividad física, el combate a prejuicios, la seguridad laboral o la salud mental.

4/16. COMUNICACIÓN DIGITAL

Distinción al mejor proyecto/caso de comunicación digital, que contemple iniciativas en entornos virtuales, sean acciones puntuales, continuadas o integradas, en las que las relaciones públicas tengan protagonismo. Pueden participar proyectos desarrollados para sitios web, blogs, podcasts, videos, videocasts y redes sociales como Facebook, Google, Instagram, Kway, LinkedIn, Snapchat, TikTok, entre otras.

5/17. COMUNICACIÓN INTEGRADA

Distinción al mejor caso de comunicación integrada, que demuestre el uso combinado, inteligente y armónico de múltiples técnicas y herramientas de relaciones públicas, alcanzando de forma eficaz al público objetivo y presentando métricas que comprueben el éxito de las acciones. Se incluyen aquí acciones de comunicación 360°, que combinen especialidades y plataformas como medios impresos, digitales o electrónicos, redes sociales, intranets, eventos de apoyo e interacción con diversos públicos.

6/18. COMUNICACIÓN INTERNA

Distinción al mejor proyecto/caso de comunicación interna que evidencie eficacia, coherencia, sinergia, compromiso y participación de empleados y colaboradores, especialmente en relación con los propósitos de la iniciativa. Pueden participar proyectos integrados (de corto, mediano o largo plazo), campañas puntuales o permanentes, concursos y otras acciones diversas centradas en el público interno.

7/19. EVENTO DE COMUNICACIÓN

Distinción al mejor evento de comunicación organizado por el área de relaciones públicas o comunicación, dirigido a cualquier público: empleados, periodistas, familiares, comunidades, inversionistas, entre otros. Es fundamental que tenga un perfil institucional y enfoque en relaciones públicas. Se incluyen celebraciones, encuentros profesionales, lanzamientos, experiencias de marca, etc. No se incluyen eventos de marketing, ventas, promoción o carácter técnico-científico.

8/20. MEDIA TRAINING

Distinción al mejor programa de formación de portavoces corporativos (Media Training) para el relacionamiento con la prensa, que haya contribuido al aumento de la exposición de la marca en los medios, a la valorización de la reputación de la organización y a una relación más transparente y duradera con los periodistas. Pueden postularse programas preventivos, entrenamientos para gestión de crisis, formaciones jerárquicas, a distancia (EaD), por sector, puntuales o en serie, e incluso cursos para el mercado.

9/21. MEDIOS CORPORATIVOS

Distinción al mejor medio corporativo periodístico, con periodicidad regular y carácter informativo. Pueden postularse publicaciones impresas, canales digitales, podcasts, videocasts, programas de radio o televisión, webseries, entre otros, destinados a informar, orientar, entretener y prestar servicios a su público.

10/22. INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

Distinción a la mejor investigación en comunicación realizada con público interno o externo, que incorpore estrategias de relaciones públicas. Pueden participar investigaciones institucionales, sobre temas sociales, económicos, científicos o políticos, mapeando públicos estratégicos; o investigaciones corporativas destinadas a orientar decisiones en comunicación, recursos humanos, clima organizacional, reestructuraciones, entre otros. No se incluyen estudios de mercado, consumo, políticos-electorales, científicos o aquellos sin conexión con el universo de relaciones públicas.

11/23. PROYECTO ESPECIAL

Distinción al mejor Proyecto Especial de Relaciones Públicas, que se destaque por su alcance, originalidad, creatividad, innovación, oportunidad, relevancia, audacia o sencillez. Pueden postularse proyectos de cualquier naturaleza, siempre que tengan su origen en la disciplina de Relaciones Públicas; por ejemplo, programas diferenciados de visitas, preparación del ambiente corporativo para afrontar impactos negativos, encuentros que marquen la historia de la empresa, museos de la persona, efemérides importantes (fechas conmemorativas, momentos históricos, etc.), proyectos de comunicación para Sustentabilidad, Relaciones Gubernamentales, Asuntos Públicos, entre otros.

Importante: Esta misma categoría también está contemplada en la vertical de Organización Empresarial o Pública, para permitir que las organizaciones que hayan desarrollado un proyecto especial sin la participación de agencias puedan inscribir el caso y competir con otras organizaciones.

12/24. RELACIONAMIENTO CON INFLUENCERS

Distinción al mejor proyecto de Relacionamiento con Influencers enfocado en Relaciones Públicas, es decir, desarrollado para contribuir a la imagen y reputación de la marca, de la empresa o de sus productos. Pueden postularse campañas institucionales con participación de influencers, campañas de lanzamiento con el sello de Relaciones Públicas, acciones de engagement con influencers (embajadores de marca), creación de grupos o comités de

influencers para opinar sobre la imagen y reputación de la marca, investigaciones de imagen realizadas con influencers, contenidos de marca dirigidos específicamente a influencers, entre otros.

§ 2.º – Las siguientes son las 12 categorías de premiación para Organizaciones Empresariales o Públicas:

25. CAMPAÑA INSTITUCIONAL/UTILIDAD PÚBLICA

Distinción a la mejor Campaña Institucional o de Utilidad Pública que utilice herramientas de Relaciones Públicas o, complementariamente, en los casos que se justifique, que cuente también con apoyo de Marketing y Publicidad. Pueden participar campañas segmentadas o generales, realizadas en una o múltiples plataformas (radio, TV, internet, periódico, revista, redes sociales, vía pública, etc.), difundidas tanto en medios propios como en medios comerciales o institucionales, independientemente de si fueron espacios pagados o conquistados espontáneamente.

26. CAUSA Y PROPÓSITO

Distinción al mejor proyecto/caso que adopte una Causa o integre un Propósito mayor en la existencia de la organización, demostrando: 1) un compromiso efectivo y amplio; y 2) acciones y conexiones que respalden esta faceta ciudadana. Pueden postularse casos concebidos en el ámbito de Relaciones Públicas que hayan impulsado avances importantes en este campo y permitido alcanzar, total o parcialmente, los objetivos propuestos.

27. COMUNICACIÓN CON LA COMUNIDAD

Distinción al mejor proyecto/caso de Comunicación con la Comunidad, cuyo objetivo sea iniciar, fortalecer o consolidar relaciones de interés mutuo, demostrando el compromiso real de la organización en priorizar el diálogo para encontrar soluciones conjuntas. Se entiende por comunidad, en este contexto, tanto personas de un lugar geográfico (calle, barrio, ciudad), como de sectores de actividad (pescadores, ribereños, conductores, médicos, recicladores, etc.); de raza o etnia específicas (personas negras, quilombolas, indígenas, etc.); de género (hombres, mujeres, LGBTQIA+); de religión (cristianos, musulmanes, judíos, budistas, etc.); o de condición política (refugiados). Pueden participar todas las acciones lideradas o apoyadas significativamente por Relaciones Públicas y sus herramientas profesionales.

28. COMUNICACIÓN PARA EL LIDERAZGO DE PENSAMIENTO (COMMUNICATION FOR THOUGHT LEADERSHIP)

Distinción al proyecto/caso de Liderazgo de Pensamiento que demuestre el esfuerzo, compromiso, planificación e iniciativas múltiples de la organización para desarrollar a sus ejecutivos y colaboradores como líderes de pensamiento, y que haya expandido este logro hacia públicos internos y externos. Pueden participar iniciativas que hayan generado un impacto directo en la reputación, cultura organizacional o valor de mercado; que hayan promovido debates relevantes para la sociedad; que hayan fortalecido vínculos con sus

públicos; o que hayan posicionado o reposicionado la organización como líder en temas de ESG (Environmental, Social, and Governance), entre otros.

29. DIVERSIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN (DE&I)

Distinción al mejor programa de Diversidad, Equidad e Inclusión (DE&I) que haya logrado avances significativos, ya sea dentro de la organización o hacia el público externo, mediante iniciativas afirmativas destinadas a combatir la discriminación y reducir desigualdades en términos de raza, género, orientación sexual, entre otros. Se incluyen, por ejemplo, programas de igualdad de género en equipos profesionales; equiparación salarial entre mujeres y hombres; promoción de la inclusión de personas negras en ambientes profesionales; desarrollo y acogida de personas con discapacidad; integración de personas LGBTQIA+; y programas de inclusión de refugiados políticos, religiosos o de género.

30. ESG (ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE)

Distinción al mejor proyecto/caso de ESG – Environmental, Social and Governance, que abarque acciones organizacionales afirmativas en los campos social, humanístico, ambiental y económico, con el objetivo de contribuir al desarrollo sostenible, al equilibrio ambiental y a la inclusión social. Pueden postularse proyectos de la agenda ESG que cuenten con la participación de Relaciones Públicas, ya sea en la concepción, implementación o divulgación de las iniciativas hacia el público general o especializado.

31. EXPERIENCIA DE MARCA

Distinción al mejor proyecto/caso de Experiencia de Marca con fines institucionales, realizado por el área de Relaciones Públicas o con una participación significativa de esta en su planificación y ejecución. Pueden postularse iniciativas enfocadas en la propia organización/institución, con el objetivo de valorizar su imagen y reputación; en sus marcas, para aumentar su notoriedad entre los consumidores y otros públicos objetivo, logrando mayor compromiso y admiración; o en sus productos o servicios, para contribuir a un mejor desempeño en el mercado. No se considerarán en esta categoría las experiencias exclusivamente de marketing o ventas, salvo que incluyan una participación efectiva y relevante del área de Relaciones Públicas.

32. INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN COMUNICACIÓN

Distinción al mejor proyecto/caso de uso de Inteligencia Artificial en Comunicación, que demuestre la capacidad de mejorar y hacer más productiva la actividad comunicacional, y que contribuya a valorizar y perfeccionar el trabajo humano, permitiendo que la comunicación sea cada vez más estratégica y menos operativa. Pueden postularse iniciativas centradas en la producción de contenido, el desarrollo o mejora de sistemas operativos, la elaboración de métricas para el área, la capacitación de equipos, la formulación de programas de comunicación para diferentes stakeholders, el monitoreo de la imagen institucional y de la competencia, la organización de eventos, la proyección de escenarios reputacionales, entre otros.

33. KPIs DE COMUNICACIÓN / DEMOSTRACIÓN DE RESULTADOS

Distinción al mejor proyecto/caso de implementación de KPIs de Comunicación o de Demostración de Resultados, ya sea en relación con la propia actividad comunicacional — que, con el apoyo de la tecnología, big data, inteligencia artificial y otros mecanismos, demuestra cada vez más, con métricas y datos concretos, que la inversión en comunicación genera retorno en términos de negocios, reputación y credibilidad—, o en relación con los KPIs generales de la organización, que han sido transformados por el área de PR en contenidos de interés público. Pueden postularse proyectos puntuales o estructurales que formen parte o puedan incorporarse a la cultura y planificación estratégica del área de Relaciones Públicas.

34. MARCA PUBLISHER

Distinción al mejor proyecto de Marca Publisher, que se valga de medios e iniciativas editoriales para posicionar y consolidar a la marca como una autoridad en los temas relacionados con su espectro de actuación empresarial ante sus públicos de interés. Pueden postularse iniciativas editoriales múltiples o individuales —impresas, digitales, audiovisuales o sonoras— que demuestren la vocación editorial de la marca tanto interna como externamente. Ejemplos incluyen publicaciones impresas (periódicos, revistas, boletines), programas de radio o televisión (en canales abiertos, de suscripción o redes internas), medios digitales (sitios web, blogs, podcasts, videocasts), artículos y columnas (especializados o generales), difundidos en cualquier plataforma (impresa, web, video, audio, redes sociales, etc.). Es esencial que las iniciativas sean promovidas directamente por la marca, independientemente del tipo de contenido producido, pudiendo tratar temas relacionados con los negocios, institucionales o de servicio público para comunidades específicas.

35. PROYECTO ESPECIAL

Distinción al mejor Proyecto Especial concebido, liderado y ejecutado internamente por la organización bajo el liderazgo del área de Relaciones Públicas, cuyo perfil se enmarque en el ámbito de actuación de dicha área y cuya producción refleje conocimientos y prácticas propias de la profesión. Ejemplos incluyen libros de arte, premiaciones, convenciones y encuentros institucionales, documentales, acciones institucionales de diversos públicos y naturalezas, concursos, eventos artísticos, acciones de voluntariado, campañas de donación, visitas guiadas, ciclos de conferencias, acciones educativas internas y externas, entre otras.

Importante: Esta categoría, que también forma parte de las verticales de Gran Agencia y Agencia Boutique, está aquí incluida para permitir que las Organizaciones Empresariales o Públicas que hayan desarrollado proyectos especiales internamente, sin apoyo de agencias, puedan competir.

36. INFORME DE SOSTENIBILIDAD

Distinción al mejor Informe de Sostenibilidad que comunique de forma eficaz al mercado y a los stakeholders las acciones de la organización en materia de sostenibilidad, contribuyendo a valorizarlas, darles visibilidad y fomentar su adopción en el ámbito empresarial e

institucional brasileño. Pueden postularse proyectos concebidos y ejecutados en plataformas impresas, digitales o en cualquier otro formato compatible con la iniciativa.

§ 3.º – El Premio Jatobá PR 2025 incluye además una categoría especial: Comunicación para la COP30, abierta a casos de cualquier organización, ya sean agencias (grandes o boutique), organizaciones empresariales o públicas, o bien organizaciones de América Latina. A continuación, el detalle:

37. COMUNICACIÓN PARA LA COP30

Distinción al mejor proyecto/caso de Comunicación para la COP30, desarrollado con el propósito de posicionar de manera relevante a la marca dentro de los proyectos y procesos de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático 2025, también conocida como COP30, que se celebrará del 10 al 21 de noviembre de 2025 en la ciudad de Belém. Pueden postularse proyectos de cualquiera de las disciplinas de comunicación, así como proyectos integrados que demuestren un compromiso claro con los debates, la difusión y promoción de las directrices de las autoridades ambientales y climáticas ante la sociedad; que generen acciones complementarias desde el mercado; que incluyan compromisos públicos e internos en defensa del medio ambiente; que busquen involucrar a los distintos stakeholders de la marca en los proyectos desarrollados; y que cuenten con el respaldo oficial de la alta dirección de la organización en la adhesión a la causa de la emergencia climática.

§ 4.º – Las siguientes son las 5 categorías de premiación para Organizaciones Generales de América Latina:

38. ASESORÍA DE PRENSA / RELACIÓN CON LOS MEDIOS

Distinción al mejor proyecto/caso de asesoría de prensa o relaciones con los medios latinoamericanos, que abarque, entre otros aspectos, la divulgación de contenido, el relacionamiento con periodistas y el apoyo a la especialización y/o formación profesional — como cursos de capacitación para periodistas, por ejemplo. Pueden postularse desde grandes proyectos integrados de relaciones con la prensa hasta iniciativas puntuales y sencillas que hayan logrado resultados sorprendentes e impactantes para la actividad de Relaciones Públicas.

39. CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN / CAMPAÑA INSTITUCIONAL / CAMPAÑA DE UTILIDAD PÚBLICA

Distinción a la mejor campaña latinoamericana de Comunicación, Institucional o de Utilidad Pública que se base en herramientas de Relaciones Públicas, y que, cuando corresponda, cuente también con apoyo complementario de Marketing y Publicidad. Pueden postularse campañas segmentadas o generales, difundidas en una o múltiples plataformas (radio, TV, internet, prensa, redes sociales, vía pública, etc.), en medios propios o comerciales/institucionales, ya sea mediante espacios pagados o ganados de forma espontánea.

40. COMUNICACIÓN INTEGRADA

Distinción al mejor caso latinoamericano de Comunicación Integrada, que contemple en su alcance el uso combinado, inteligente y armónico de múltiples técnicas y herramientas de Relaciones Públicas; que logre impactar eficazmente a la audiencia deseada mediante diversos canales adoptados; y que pueda demostrar el éxito de sus acciones por medio de métricas. Se aceptan acciones que utilicen parcialmente algunas especialidades y herramientas de PR, o incluso estrategias de comunicación 360°, combinando medios online y offline, impresos, electrónicos o digitales; redes sociales, intranets, eventos de apoyo, con foco en públicos generales o segmentados como empleados, comunidades, inversionistas, prensa, gobierno, entre otros.

41. PROYECTO ESPECIAL

Distinción al mejor Proyecto Especial latinoamericano, concebido, liderado y ejecutado externamente por una agencia de comunicación o internamente por la organización bajo el liderazgo del área de Relaciones Públicas, cuyo perfil se encuadre dentro del campo de actuación de esta disciplina y cuya producción sea coherente con sus conocimientos y prácticas profesionales. Ejemplos incluyen libros de arte, premiaciones, convenciones y encuentros institucionales, documentales, acciones institucionales de diversa índole, concursos, eventos artísticos, acciones de voluntariado, campañas de donación, visitas guiadas, circuitos de conferencias, iniciativas educativas internas y externas, entre otros.

42. RELACIONAMIENTO CON INFLUENCERS

Distinción al mejor proyecto latinoamericano de Relacionamiento con Influencers enfocado en Relaciones Públicas, desarrollado con el objetivo de contribuir a la imagen y reputación de la marca, empresa o productos bajo su liderazgo. Pueden postularse campañas institucionales con participación de influencers, campañas de lanzamiento con estrategia de PR, acciones de engagement con influencers (embajadores de marca), creación de grupos o comités de influencers para opinar sobre la imagen y reputación de la marca, investigaciones de percepción, contenidos de marca dirigidos a este público, entre otros.

CAPÍTULO V – CASOS REGIONALES DEL AÑO BRASIL

Art. 5.º – El Premio Jatobá PR 2025 contará con cinco premiaciones regionales, restringidas a los tres verticales brasileños, para las cuales no habrá inscripciones. Dichas premiaciones distinguirán los casos que obtengan la mejor nota media entre todos los participantes de cada una de las cinco regiones del país, ya sea en la vertical de Organización Empresarial o Pública, Agencia Boutique o Gran Agencia.

§ 1.º – Para la conformación del shortlist y la clasificación final de los casos regionales, se tomarán en cuenta las mismas calificaciones asignadas por la Comisión de Evaluación y aplicadas a la premiación general.

§ 2.º – Los cinco casos de cada una de las cinco regiones brasileñas (Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste y Sur) que obtengan las mejores puntuaciones en la evaluación general conformarán los shortlists regionales y competirán entre sí, por región, por el Trofeo Jatobá PR 2025, que será concedido a los ganadores (primeros lugares) de cada región, conforme a lo dispuesto en el § 3.º.

§ 3.º – Si el caso con la nota más alta de la región (cualquiera que sea) también resultare ser el caso con la nota más alta de todo el Premio Jatobá PR 2025 y fuera declarado Caso del Año Brasil, dejará de competir en la categoría regional y el segundo caso mejor puntuado será declarado ganador de dicha región.

CAPÍTULO VI – PREMIOS ESPECIALES

Art. 6.º – El Premio Jatobá PR 2025 contará además con ocho premios especiales, para los cuales no habrá inscripciones, y que distinguirán Organizaciones y Casos pertenecientes a cualquiera de los cuatro verticales contemplados por el certamen.

§ 1.º – Los premios especiales a Organizaciones y Casos se definirán con base en los siguientes criterios:

- Conjunto de calificaciones obtenidas por los casos y organizaciones en las distintas categorías;
- Conjunto de casos clasificados en los shortlists y sus respectivas posiciones;
- Análisis y consideraciones de la Comisión de Evaluación;
- Análisis y consideraciones del Consejo Deliberativo del Premio Jatobá PR 2025.

§ 2.º – Los premios especiales son los siguientes:

AGENCIA BOUTIQUE DEL AÑO BRASIL

Distinción a la Agencia Boutique que obtenga el mejor desempeño en el Premio Jatobá PR 2025. La ganadora será la Agencia que, dentro de esta vertical, obtenga en la premiación el mejor desempeño, en una medición que tomará en consideración el total de casos clasificados para la final; las calificaciones promedio y la clasificación de esos casos; y los trofeos conquistados.

GRAN AGENCIA DEL AÑO BRASIL

Distinción a la Gran Agencia que obtenga el mejor desempeño en el Premio Jatobá PR 2025. La ganadora será la Agencia que, dentro del segmento de las grandes, obtenga en la premiación el mejor desempeño, en una medición que tomará en consideración el total de casos clasificados para la final; las calificaciones promedio y la clasificación de esos casos; y los trofeos conquistados.

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL O PÚBLICA DEL AÑO BRASIL

Distinción a la Organización Empresarial o Pública que obtenga el mejor desempeño en el Premio Jatobá PR 2025. La ganadora será la Organización/Institución, pública o privada, que obtenga en la premiación el mejor desempeño, en una medición que tomará en consideración el total de casos clasificados para la final; las calificaciones promedio y la clasificación de esos casos; y los trofeos conquistados.

ORGANIZACIÓN DEL AÑO AMÉRICA LATINA

Distinción a la Organización de América Latina, sea esta empresa, agencia o cualquier otra institución, que obtenga el mejor desempeño en el Premio Jatobá PR 2025, en esta vertical. La ganadora será la Organización que obtenga en la premiación el mejor desempeño, en una medición que tomará en consideración el total de casos clasificados para la final; las calificaciones promedio y la clasificación de esos casos; y los trofeos conquistados.

CASO AGENCIA BOUTIQUE DEL AÑO BRASIL

Distinción al caso brasileño de Agencia Boutique que, entre todos los casos inscritos en esta vertical del Premio Jatobá PR 2025, obtenga la calificación más alta considerando todos los concursantes.

CASO GRAN AGENCIA DEL AÑO BRASIL

Distinción al caso de Gran Agencia que, entre todos los casos inscritos en esta vertical del Premio Jatobá PR 2025, obtenga la calificación más alta considerando todos los concursantes.

CASO ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL O PÚBLICA DEL AÑO BRASIL

Distinción al caso de Organización Empresarial o Pública que, entre todos los casos inscritos en esta vertical del Premio Jatobá PR 2025, obtenga la calificación más alta considerando todos los concursantes.

CASO ORGANIZACIÓN GENERAL DEL AÑO AMÉRICA LATINA

Distinción al caso de Organización de América Latina que, entre todos los casos inscritos en esta vertical del Premio Jatobá PR 2025, obtenga la calificación más alta considerando todos los concursantes.

CAPÍTULO VII – DEL PREMIO HONORÍFICO

Art. 7.º – El Premio Jatobá PR 2025 contará también con un premio honorífico, el Premio Decio Paes Manso a la Contribución a la Comunicación Corporativa y a las Relaciones Públicas, que será otorgado a la institución reconocida por sus méritos en el apoyo a la actividad de Relaciones Públicas en América Latina. La elección de la institución homenajeada será de responsabilidad directa del Consejo Deliberativo del Premio Jatobá PR.

La institución seleccionada recibirá, en el día del evento de premiación, el Trofeo Especial Jatobá PR, cuyo nombre rinde homenaje a uno de los idealizadores del premio, Decio Paes Manso, fallecido en febrero de 2023.

CAPÍTULO VIII – DE LAS INSCRIPCIONES

Art. 8.º – Podrán inscribirse en el Premio Jatobá PR 2025 casos de Relaciones Públicas producidos en Brasil o en América Latina, respetando las directrices de este Reglamento en lo que se refiere a los plazos y a las categorías existentes.

§ 1.º – La Ficha de Inscripción, de cumplimentación obligatoria, será el documento de identidad ante la Secretaría Ejecutiva del Premio Jatobá PR 2025.

§ 2.º – Cada inscripción —ya sea de casos distintos o del mismo caso en diferentes categorías— exigirá una Ficha de Inscripción propia.

§ 3.º – No obstante, el registro básico con los datos de la Organización será válido para todas las inscripciones realizadas por ella.

Art. 9.º – Los casos deberán ser inscritos en el sitio web www.jatobapr.com.br. En el momento de la inscripción será obligatoria la inclusión del logotipo de la empresa en archivo con extensión CDR (Corel Draw), AI (Illustrator), EPS o PDF, en el campo creado específicamente para ello.

§ 1.º – No se aceptarán otras formas de inscripción.

Art. 10.º – En el caso de inscripciones para las verticales Gran Agencia y Agencia Boutique, queda facultado a la propia agencia identificarse como Gran o Boutique, independientemente de su tamaño, cartera de clientes, región geográfica en la que se encuentre, etc. Para efectos de esta premiación, prevalecerá la autodeclaración realizada por la empresa en el acto de inscripción.

Art. 11.º – Aún en el caso de inscripciones para las verticales Gran Agencia y Agencia Boutique, corresponderá a la Agencia obtener, cuando sea necesario, la autorización del cliente para la inscripción del caso. Lo mismo será aplicable a las agencias (grandes y boutique) que compitan en la vertical Organización América Latina. Esta autorización, cuando corresponda, deberá ser enviada a la organización del Premio en el acto de la inscripción.

§ 1.º – El Premio Jatobá PR 2025 no se responsabilizará por inscripciones realizadas sin autorización o sin conocimiento de la empresa contratante, en caso de que esta posteriormente desautorice la participación del caso en el certamen.

§ 2.º – Si lo considera necesario, la Secretaría Ejecutiva podrá solicitar comprobación o información adicional sobre cualquier trabajo inscrito, así como realizar una verificación para certificar su autenticidad.

Art. 12.º – Las Grandes Agencias y las Agencias Boutique que así se declaren en el momento de la inscripción solo podrán inscribir sus casos exclusivamente en las categorías de sus respectivas verticales, es decir, Grandes Agencias y Agencias Boutique.

§ 1.º – Son excepción los auto casos (es decir, casos desarrollados para la propia agencia) que se encuadren en una de las categorías exclusivas de Organizaciones Empresariales o Públicas, siendo que, en estos casos, y exclusivamente en ellos, las Grandes Agencias y las Agencias Boutique serán equiparadas y competirán como Organizaciones Empresariales o Públicas Brasil.

Art. 13.º – Las Organizaciones Empresariales o Públicas Brasil solo podrán inscribir sus casos en las categorías de su propio vertical, siendo obligatorio mencionar en la ficha de inscripción el nombre de la agencia de comunicación en los casos en que el caso haya contado con dicha participación.

Art. 14.º – Las Organizaciones podrán inscribir en el Premio Jatobá PR 2025 tantos casos como deseen y un mismo caso en un máximo de tres categorías, dentro de un mismo vertical o en distintas verticales. Es decir, si un caso inscrito por una agencia (Grande o Boutique) también se ajusta a alguna de las categorías de Organización Empresarial o Pública, dicho caso podrá ser inscrito en esa vertical, pero en este caso, bajo la responsabilidad de la propia Organización titular del caso y no de la agencia que lo produjo, aunque esta también deba tener su nombre mencionado en la ficha técnica de la inscripción. Del mismo modo, si un caso de una Organización Empresarial o Pública se ajusta a las categorías de las verticales Gran Agencia y Agencia Boutique, podrá ser inscrito en esas verticales, pero en este caso, bajo la responsabilidad de la agencia.

§ 1.º – El pago de las inscripciones al Premio Jatobá PR se define por el número de inscripciones y no por el número de casos. Si una organización inscribe, por ejemplo, un caso en tres categorías, el valor a pagar será el correspondiente a tres inscripciones, y no a una.

§ 2.º – En el momento de la inscripción, los responsables deberán asegurarse de que los casos están siendo inscritos en las verticales respectivas que les correspondan, para evitar descalificaciones.

Art. 15.º – El pago de las inscripciones se calcula según el número de inscripciones y no de casos, y la premiación ofrece descuentos por volumen (Anexo II – Página 24): cuanto mayor el número de inscripciones, menor será el valor individual por caso inscrito.

§ 1.º – En el caso de pagos realizados desde el exterior, estos deberán observar la tasa de cambio del día, en la cotización del real brasileño, y deberán efectuarse a través de instituciones financieras habilitadas para transferencias internacionales de divisas.

§ 2.º – Una vez inscrito, el caso no podrá ser transferido de categoría ni de vertical de premiación, salvo que se demuestre que en el momento de la inscripción el participante fue inducido involuntariamente a error. En tal caso, deberá presentar la solicitud directamente a

la Secretaría Ejecutiva, que analizará el pedido y, en caso de aprobación, gestionará el Re-encuadramiento.

§ 3.º – Los costos de estas inscripciones están detallados en el Anexo I.

CAPÍTULO IX – DE LAS INSCRIPCIONES EN LAS CATEGORÍAS ORGANIZACIÓN AMÉRICA LATINA

Art. 16.º – Las inscripciones de casos en las categorías de Organización América Latina seguirán las mismas directrices que las inscripciones en los otros tres verticales del premio.

§ 1.º – No será necesario traducir el caso ni las piezas que lo integren.

CAPÍTULO X – DEL PERÍODO DE VALIDEZ DE LOS TRABAJOS Y DEL PLAZO DE INSCRIPCIÓN

Art. 17.º – Podrán inscribirse casos y proyectos realizados en el período comprendido entre el 01/01/2024 y el 30/09/2025.

§ 1.º – No es necesario que el proyecto haya sido completamente finalizado dentro de ese período, pero se recomienda que su ejecución haya tenido protagonismo en dicho intervalo.

§ 2.º – También podrán inscribirse proyectos en curso y no finalizados, siempre que hayan tenido etapas relevantes ejecutadas en el período.

§ 3.º – Proyectos que ya hayan sido inscritos en ediciones anteriores del Premio Jatobá PR podrán volver a participar en el certamen, bajo las siguientes condiciones:

- Siempre que presenten etapas comprobablemente inéditas en su planificación y ejecución;
- En categorías distintas de aquellas en las que participaron en ediciones anteriores.

Art. 18.º – Las inscripciones para el Premio Jatobá PR 2025 podrán realizarse entre el 01/05/2025 y el 30/09/2025.

CAPÍTULO XI – DEL ENVÍO Y DEL FORMATO DE LOS TRABAJOS

Art. 19.º – Los casos que participarán en el Premio Jatobá PR 2025 deberán ser enviados junto con la Ficha de Inscripción a través del sitio web www.jatobapr.com.br hasta el plazo final establecido por la organización para la recepción de los trabajos. Inscripciones anticipadas con pago posterior, o pagos anticipados con inscripciones posteriores, seguirán las determinaciones establecidas por el Consejo Deliberativo del Premio Jatobá PR 2025. En ningún caso un caso será enviado al jurado si el pago correspondiente no ha sido efectivamente realizado.

Art. 20.º – La inscripción completa deberá contener:

1. Ficha de Inscripción, con los datos de registro de la organización responsable del caso.
2. Ficha Técnica del proyecto, incluyendo:
 - Tipo de Organización: si es Gran Agencia o Agencia Boutique (valiendo para este fin la autodeclaración de la agencia, independientemente de su tamaño, facturación, clientes o región donde esté establecida); o si es Organización/Institución Pública o Privada;
 - Título con un máximo de 90 caracteres;
 - Una sinopsis del caso con un máximo de 400 caracteres (incluyendo espacios y puntuación);
 - Cronograma, señalando las etapas básicas planificadas y ejecutadas;
 - Presupuesto (información opcional, pero relevante para apoyar las decisiones del jurado, que se mantendrá confidencial);
 - Número de personas que participaron en el proyecto;
 - Detalle del equipo, con nombres y funciones respectivas.
3. Un vídeo explicativo del caso con duración de hasta 5 minutos, que presente el caso al Jurado. El objetivo es didáctico, y lo más importante es que contextualice el caso, defina sus objetivos, razones y motivaciones, la estrategia adoptada, las acciones ejecutadas, los resultados obtenidos y por qué la Organización lo considera merecedor del premio.

Importante: cabe destacar que este vídeo será el primer contacto del jurado con el caso, y una buena primera impresión siempre es relevante para el análisis posterior. Es la carta de presentación del caso ante el jurado. No es necesaria sofisticación, pero sí es importante ofrecer al jurado información contextualizada, consistente, creíble, con narrativa atractiva, visual elegante, lenguaje sustantivo y secuencia objetiva.

4. Entre uno y cinco archivos que presenten los múltiples aspectos del caso y las distintas etapas de su realización, desde la idea, la planificación, las acciones y los resultados. Pueden ser en PDF, PPT, vídeo, audio u otro formato compatible con la plataforma de inscripción.
 - No hay límite para la inclusión de enlaces dentro de cada uno de estos archivos; sin embargo, es importante recordar que el exceso puede desmotivar un análisis más atento por parte del jurado.

Art. 21.º – Los archivos deberán ser enviados en formato digital, recordando que un documento equivale a un archivo digital.

§ 1.º – Cada caso deberá contener un mínimo de dos archivos, siendo uno de ellos, obligatoriamente, el vídeo explicativo. El segundo archivo podrá ser en formato PDF, PPT u otro compatible con la plataforma.

§ 2.º – Además de esos dos archivos mínimos, cada caso podrá contar con otros tres archivos, totalizando un máximo de cinco archivos, siempre que sean compatibles con la plataforma de inscripción.

§ 3.º – Los archivos que presenten el caso al jurado podrán contener, por ejemplo, documentos de planificación, comunicados y kits de prensa, galerías de fotos, webseries, presentaciones en PPT de hasta diez pantallas, vídeos de hasta 5 minutos y cualquier otro material digital u online.

§ 4.º – El envío deberá realizarse mediante upload vía sitio web, respetando los siguientes formatos:

- Para imágenes: JPG, JPEG, GIF, PNG (con 300 dpi);
- Para vídeos/películas: MOV, FLV, AVI, MPG, MPEG, MP4, WMV. También es posible indicar un enlace al vídeo;
- Para presentaciones: PDF o PPT (preferentemente convertir PPT a PDF, con tamaño igual o inferior a 8 MB).

CAPÍTULO XII – DE LA INCLUSIÓN DE LOS TRABAJOS EN EL BANCO DE CASOS

Art. 22.º – Todas las inscripciones al Premio Jatobá PR 2025 tendrán garantizado el derecho de inclusión en el Banco de Casos del certamen, bastando para ello que la Organización manifieste su conformidad en el momento de la inscripción.

CAPÍTULO XIII – DE LAS INSTANCIAS DE VALIDACIÓN/EVALUACIÓN DE LOS TRABAJOS, DE LA CLASIFICACIÓN Y DE LA COMPOSICIÓN DE LA COMISIÓN DE EVALUACIÓN

Art. 23.º – El Premio Jatobá PR 2025 contará con dos instancias de validación/evaluación de los trabajos: la Coordinación de Clasificación, responsable de validar las inscripciones, y la Comisión de Evaluación, responsable de la evaluación técnica de los casos.

Art. 24.º – La Coordinación de Clasificación será realizada por la Secretaría Ejecutiva del certamen. Su única función será verificar si las inscripciones cumplen con los requisitos del Reglamento.

§ 1.º – No corresponderá a la Coordinación de Clasificación analizar la adecuación de los casos a las categorías en las que fueron inscritos, dado que uno de los criterios a ser

evaluados por la Comisión de Evaluación es justamente la correcta adecuación del caso a su categoría.

Art. 25.º – La Comisión de Evaluación estará compuesta por tantos miembros como sean necesarios para el buen desarrollo de los trabajos, garantizando total libertad e independencia en los análisis y calificaciones que otorgue.

CAPÍTULO XIV – DE LAS RESPONSABILIDADES DE LA COORDINACIÓN DE CLASIFICACIÓN

Art. 26.º – La Coordinación de Clasificación actuará durante el período de inscripciones y será responsable de evaluar sistemáticamente los trabajos a medida que se inscriban.

§ 1.º – Le corresponderá verificar si la inscripción cumple con los requisitos del Reglamento, que son:

- Autoría de la Inscripción: si tiene origen en una Organización con sede en Brasil o en América Latina;
- Fecha de Inscripción: si fue realizada entre el 01/05/2025 y el 30/09/2025;
- Ficha de Inscripción: si está correctamente cumplimentada;
- Período de Realización del Trabajo: si el trabajo —o parte significativa del mismo— fue efectivamente realizado entre el 01/01/2024 y el 30/09/2025 y si es inédito en el ámbito del Premio Jatobá PR 2025;
- Documentación Enviada: si está completa y conforme a lo establecido por el Reglamento;
- Corrección y Calidad de los Archivos y Enlaces: si los archivos y los enlaces están correctos y técnicamente aptos para evaluación por parte de la Comisión de Evaluación.

§ 2.º – Si todo está en orden, el trabajo será validado y quedará apto para seguir a la siguiente etapa.

§ 3.º – Inscripciones con pendientes solo serán efectivadas una vez resueltas todas las cuestiones. Si no son validadas a tiempo para el juicio, serán descalificadas sin reembolso, a menos que la responsabilidad sea comprobadamente de la organización del certamen.

CAPÍTULO XV – DEL PERFIL DE LA COMISIÓN DE EVALUACIÓN

Art. 27.º – La Comisión de Evaluación estará compuesta por docentes de carreras superiores de comunicación social, ejecutivos del mercado de comunicación corporativa (de empresas y agencias) y profesionales de áreas afines o de negocios relacionados con la comunicación

corporativa, a quienes se les exigirá conocimiento técnico y trayectoria reconocida en el mercado.

Art. 28.º – No se permitirá que un jurado evalúe casos de empresas en las que trabaje o con las que mantenga alguna relación profesional. Si esta situación se identifica antes del juicio, la Comisión Organizadora cambiará la categoría o el caso a ser evaluado, para evitar conflicto de interés. Si se identifica posteriormente al juicio, el voto de ese jurado en el caso con posible conflicto será anulado.

CAPÍTULO XVI – DE LAS RESPONSABILIDADES DE LA COMISIÓN DE EVALUACIÓN Y DE LOS CRITERIOS A SER EVALUADOS

Art. 29.º – La Comisión de Evaluación será responsable de juzgar los casos distribuidos en las categorías 1 a 42, conforme al detalle que se presenta a continuación:

GRAN AGENCIA

- Análisis de Datos para Estrategias de Comunicación
- Asesoría de Prensa / Relacionamiento con los Medios
- Campaña de Comunicación
- Comunicación Digital
- Comunicación Integrada
- Comunicación Interna
- Evento de Comunicación
- Media Training
- Medios Corporativos
- Investigación en Comunicación
- Proyecto Especial
- Relacionamiento con Influencers

AGENCIA BOUTIQUE

- Análisis de Datos para Estrategias de Comunicación
- Asesoría de Prensa / Relacionamiento con los Medios
- Campaña de Comunicación
- Comunicación Digital
- Comunicación Integrada

- Comunicación Interna
- Evento de Comunicación
- Media Training
- Medios Corporativos
- Investigación en Comunicación
- Proyecto Especial
- Relacionamiento con Influencers

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL O PÚBLICA

- Campaña Institucional / Utilidad Pública
- Causa y Propósito
- Comunicación con la Comunidad
- Comunicación para el Liderazgo de Pensamiento (Thought Leadership)
- Diversidad, Equidad e Inclusión (DE&I)
- ESG – Environmental, Social and Governance
- Experiencia de Marca
- Inteligencia Artificial en Comunicación
- KPIs de Comunicación / Demostración de Resultados
- Marca Publisher
- Proyecto Especial
- Informe de Sostenibilidad

ORGANIZACIÓN AMÉRICA LATINA

- Asesoría de Prensa / Relacionamiento con los Medios
- Campaña de Comunicación / Campaña Institucional / Utilidad Pública
- Comunicación Integrada
- Proyecto Especial
- Relacionamiento con Influencers

GENERAL – PARA LAS CUATRO VERTICALES

- Comunicación para la COP30

Art. 30.º – Dentro de cada una de estas categorías, la Comisión de Evaluación deberá analizar los siguientes criterios, asignando a cada uno de ellos una puntuación de cero a diez, sin decimales:

- Innovación y Originalidad – Aspectos innovadores y originales del caso en relación con lo que tradicionalmente se realiza. Diferenciales del proyecto que lo distinguen y lo vuelven especial, atractivo, singular, encantador.
- Estrategia – Grado de eficacia de la estrategia planificada en relación con los propósitos del proyecto y los resultados esperados.
- Creatividad – Grado de creatividad incorporado en la planificación y ejecución de la acción, que permitió al proyecto captar la atención e interés del público destinatario.
- Idea / Inspiración – Calidad, coherencia y pertinencia de la idea desarrollada en relación con la propuesta y los objetivos principales del proyecto.
- Legado – Legado que el proyecto aporta a la organización o incluso a la actividad de Relaciones Públicas, en términos de resultados, transformaciones, avances, etc.
- Técnica – Planificación y utilización de técnicas de Relaciones Públicas y de otras disciplinas en la ejecución del proyecto.
- Resultado – En qué medida el resultado obtenido satisfizo las expectativas generadas por la planificación y los objetivos generales propuestos.
- Presentación – Calidad de la presentación del caso inscrito en términos de claridad, organización de los materiales, calidad del contenido, comprensión de los propósitos, etc.
- Ejecución – Calidad de la ejecución del proyecto, considerando las diversas etapas involucradas y el éxito alcanzado en cada una de ellas.
- Adecuación a la Categoría – Correcta adecuación del caso a la categoría correspondiente.

CAPÍTULO XVII – DE LA DINÁMICA DE EVALUACIÓN

Art. 31.º – La Comisión de Evaluación realizará todo su trabajo en entorno online y contará con el apoyo de un Help Desk. Este proceso se desarrollará a través del sitio web www.jatobapr.com.br, con acceso mediante login y contraseña personalizados.

1.º – La consolidación de las calificaciones y las respectivas clasificaciones de los trabajos se llevará a cabo dentro del sistema y mediante el software de la premiación, bajo la supervisión de auditoría independiente.

§ 2.º – Cada caso será evaluado por cinco jurados, recibiendo cinco calificaciones, de las cuales se descartará la más baja. El promedio de las calificaciones válidas será lo que definirá la nota final del caso.

CAPÍTULO XIII – DE LA SHORTLIST

Art. 32.º – Las 42 categorías regulares del Premio Jatobá PR 2025 contarán con Shortlists compuestas por hasta cinco finalistas cada una.

§ 1.º – Las Shortlists serán conformadas con base en los promedios obtenidos por los casos.

§ 2.º – Las Shortlists serán divulgadas conforme lo establecido en el calendario oficial de la premiación.

CAPÍTULO XIX – DE LA NOTA MÍNIMA PARA FIGURAR EN LA SHORTLIST

Art. 33.º – La nota promedio mínima que un caso deberá alcanzar para clasificarse, integrar la Shortlist y competir por el Trofeo Jatobá PR 2025 es siete.

§ 1.º – Si un caso obtiene una nota promedio inferior a siete, quedará automáticamente descalificado y no podrá integrar la Shortlist, aun cuando la cantidad de finalistas en la categoría correspondiente sea inferior a cinco.

CAPÍTULO XX – DE LOS RESULTADOS Y LA CLASIFICACIÓN DE LOS CASOS – CATEGORÍAS DE 1 A 42

Art. 34.º – Concluida la evaluación y finalizados los promedios de los casos de las categorías numeradas del 1 al 42, se conformará la Shortlist con hasta cinco casos finalistas en cada una de ellas, en los cuatro verticales de la premiación y en la categoría especial “Comunicación para la COP30”, abierta a los cuatro verticales.

Art. 35.º – En las categorías que no alcancen cinco trabajos con nota promedio igual o superior a siete, integrarán las Shortlists únicamente aquellos trabajos que obtengan dicha calificación.

§ 1.º – Si no hay ningún trabajo con nota promedio igual o superior a siete, la categoría no tendrá premiados.

§ 2.º – En caso de empate entre casos clasificados en la Shortlist, el desempate se hará según los promedios obtenidos en cada uno de los diez criterios evaluados, en el orden establecido por este Reglamento, a saber: Innovación y Originalidad, Estrategia, Idea/Inspiración, Creatividad, Legado, Técnica, Resultado, Presentación, Ejecución y Adecuación a la Categoría.

§ 3.º – Si el empate persiste, prevalecerá la igualdad en la posición en que ocurra, incluso si eso aumenta el número de finalistas de la Shortlist.

§ 4.º – Si el empate ocurre en el primer lugar, los casos empatados serán declarados ganadores.

CAPÍTULO XXI – DEL CERTIFICADO ESPECIAL PARA LOS CLIENTES Y LAS GRANDES AGENCIAS Y AGENCIAS BOUTIQUE

Art. 36.º – Todos los premios otorgados por el Premio Jatobá PR 2025 a los casos ganadores reconocerán, complementariamente, con un Certificado Especial, a los clientes de dichos casos – en el caso de las verticales de Grandes Agencias y Agencias Boutique; y reconocerán con ese mismo Certificado Especial a las Grandes Agencias y Agencias Boutique que hayan actuado como socias proveedoras en los casos de Organizaciones/Instituciones Privadas o Públicas.

CAPÍTULO XXII – DE LA FECHA DE REALIZACIÓN DEL EVENTO DE PREMIACIÓN

Art. 37.º – El Evento de Premiación del Premio Jatobá PR 2025 se llevará a cabo el día 1.º de diciembre de 2025.

§ 1.º – Los detalles serán definidos oportunamente y divulgados ampliamente a todo el mercado.

CAPÍTULO XXIII – DE LA FISCALIZACIÓN Y SEGUIMIENTO POR AUDITORÍA INDEPENDIENTE

Art. 38.º – Todas las etapas de evaluación del Premio Jatobá PR 2025 serán acompañadas por una Auditoría Independiente, con el fin de garantizar la integridad, transparencia y corrección de los resultados de la premiación.

§ 1.º – El acompañamiento y la validación oficial de los procedimientos definidos por la premiación para la elección de los ganadores incluirán:

- El proceso de selección previa por el cual pasan todas las inscripciones, realizado por la Coordinación de Clasificación;
- El proceso de evaluación por parte de la Comisión de Evaluación de los casos inscritos em las categorías de la 1 a la 42;
- La metodología que definirá las premiaciones especiales.

§ 2.º – Si fuera necesario, la Auditoría Independiente podrá sugerir cambios en los procesos de votación y en las reglas del Reglamento incluso para la edición actual, con el objetivo de proporcionar mayor seguridad y transparencia a la premiación.

3.º – También corresponderá a la Auditoría Independiente acompañar y fiscalizar las etapas de evaluación, la consolidación de los promedios y calificaciones finales, la definición de las Shortlists y el Evento de Premiación.

CAPÍTULO XXIV – DE LA DIVULGACIÓN DE LOS RESULTADOS

Art. 39.º – Los resultados de las principales etapas del Premio Jatobá PR 2025 serán oficialmente divulgados a través de los medios de comunicación de las empresas que conforman el Grupo Empresarial de Comunicación (GECOM), a saber: Boxnet, Business News, Jornalistas Editora y Mega Brasil Comunicação.

§ 1.º – Todo el material de divulgación también estará a disposición de la prensa especializada y general, así como de las organizaciones participantes, para que puedan publicarlo en sus propios canales y compartirlo en sus respectivas redes sociales.

CAPÍTULO XXV – DE LAS DUDAS Y OTROS ACLARAMIENTOS

Art. 40.º – El Premio Jatobá PR 2025 contará con el soporte de un Help Desk durante todas las etapas de la premiación, desde el momento de la inscripción.

§ 1.º – Dicho Help Desk prestará atención mediante medios digitales.

CAPÍTULO XXVI – DE LAS RECLAMACIONES

Art. 41.º – La Secretaría Ejecutiva del Premio Jatobá PR 2025 recibirá por escrito todas las reclamaciones de los interesados, remitiendo los asuntos, cuando corresponda, al análisis del Consejo Deliberativo.

§ 1.º – Los casos omisos y no previstos en este Reglamento serán examinados y decididos por el Consejo Deliberativo, con el respaldo de las demás instancias de Gobernanza del Premio Jatobá PR 2025.

§ 2.º – Las sugerencias relativas a la creación, fusión o eliminación de categorías, modificaciones en la metodología y forma de evaluación, composición del jurado y otras que alteren el perfil actual de la premiación serán consideradas para la edición de 2026.

§ 3.º – Las decisiones del Consejo Deliberativo son soberanas y contra ellas no cabrán recursos de ninguna naturaleza.

4.º – Tampoco cabrán recursos contra las premiaciones, todas ellas consolidadas a partir de las calificaciones y conceptos emitidos por un cuerpo de jurados de notorio conocimiento y reconocida trayectoria profesional, bajo la fiscalización de auditoría independiente.

CAPÍTULO XXVII – CONSIDERACIONES FINALES

Art. 42.º – Al inscribirse en el Premio Jatobá PR 2025, las Organizaciones y sus respectivos responsables autorizan el uso, sin costo alguno, de los casos inscritos, siempre que estén vinculados a la premiación, para su divulgación en cualquier medio de comunicación, propio o de terceros.

Art. 43.º – Los responsables por las inscripciones, en calidad de representantes de las empresas en las que trabajan, declaran expresamente que, al momento de la inscripción en el Premio Jatobá PR 2025, tienen pleno conocimiento del presente Reglamento, manifestando su aceptación incondicional y expresa de todos sus términos y normas.

ANEXO I

(Página 27 e 28)

ANEXO I

PRECIOS DE INSCRIPCIONES

Precios de Inscripciones Jatobá PR 2025			
Tipo de Organización	Precios Básicos	Descuentos	Valor Descontado
Gran Agencia	R\$ 2.650,00	Hasta 31.05.25 20%	R\$ 2.120,00
	R\$ 2.650,00	Hasta 31.07.25 15%	R\$ 2.252,50
Agencia Boutique	R\$ 1.800,00	Hasta 31.05.25 20%	R\$ 1.440,00
	R\$ 1.800,00	Hasta 31.07.25 15%	R\$ 1.530,00
Organización Empresarial o Pública	R\$ 2.650,00	Hasta 31.05.25 20%	R\$ 2.120,00
	R\$ 2.650,00	Hasta 31.07.25 15%	R\$ 2.252,50
Organización América Latina	R\$ 2.650,00	Hasta 31.05.25 20%	R\$ 2.120,00
	R\$ 2.650,00	Hasta 31.07.25 15%	R\$ 2.252,50
Descuentos especiales desde 01.08.2025	Porcentaje	Comentarios	
Participantes Ediciones Anteriores	10,00%	Descuentos no acumulables valiéndolo de mayor beneficio	
Asociados Abracom	5,00%		
Asociados ABC Pública	5,00%		
Descuentos por volumen	Porcentaje	Comentarios	
Todos los Participantes	de 5,0% a 31,5%	El acumulable se aplica a todos los descuentos	
Pagos	Condiciones		
Con Pix (Brasil) - 28.823.061/0001-78	Pago único		
Con boleto bancario	Pago único		
Con tarjeta de crédito	Cuotas Hasta 5 veces		
Comentarios			
1. Los interesados podrán realizar el prepago y las inscripciones posteriormente, garantizando los descuentos y condiciones de la fecha de pago.			
2. También puede hacerse lo contrario; los interesados que ya tengan los casos listos pueden inscribirlos ahora y realizar el pago hasta la fecha límite, sujeto a los precios y condiciones de la fecha de pago.			
3. Montos en Reales Brasileños (R\$), que podrán ser pagados en Dólares Estadounidenses según el tipo de cambio US\$ x R\$ del día.			

DESCUENTO POR VOLUMEN

Prêmio Jatobá PR 2025 - Paquetes de Inscripciones - Descuento por Volumen							
Gran Agencia Organización Empresarial o Pública Organización América Latina				Agencia Boutique			
	Volumen	Descuento	Paquetes		Volumen	Descuento	Paquetes
1	Inscripcione		R\$ 2.650	1	Inscripcione		R\$ 1.800
2	Inscripciones	5,00%	R\$ 5.035	2	Inscripciones	5,00%	R\$ 3.420
3	Inscripciones	8,00%	R\$ 7.314	3	Inscripciones	8,00%	R\$ 4.968
4	Inscripciones	11,00%	R\$ 9.434	4	Inscripciones	11,00%	R\$ 6.408
5	Inscripciones	14,00%	R\$ 11.395	5	Inscripciones	14,00%	R\$ 7.740
6	Inscripciones	15,50%	R\$ 13.436	6	Inscripciones	15,50%	R\$ 9.126
7	Inscripciones	17,00%	R\$ 15.397	7	Inscripciones	17,00%	R\$ 10.458
8	Inscripciones	18,50%	R\$ 17.278	8	Inscripciones	18,50%	R\$ 11.736
9	Inscripciones	20,00%	R\$ 19.080	9	Inscripciones	20,00%	R\$ 12.960
10	Inscripciones	21,50%	R\$ 20.803	10	Inscripciones	21,50%	R\$ 14.130
11	Inscripciones	22,50%	R\$ 22.591	11	Inscripciones	22,50%	R\$ 15.345
12	Inscripciones	23,50%	R\$ 24.327	12	Inscripciones	23,50%	R\$ 16.524
13	Inscripciones	24,50%	R\$ 26.010	13	Inscripciones	24,50%	R\$ 17.667
14	Inscripciones	25,50%	R\$ 27.640	14	Inscripciones	25,50%	R\$ 18.774
15	Inscripciones	26,50%	R\$ 29.216	15	Inscripciones	26,50%	R\$ 19.845
16	Inscripciones	27,50%	R\$ 30.740	16	Inscripciones	27,50%	R\$ 20.880
17	Inscripciones	28,50%	R\$ 32.211	17	Inscripciones	28,50%	R\$ 21.879
18	Inscripciones	29,50%	R\$ 33.629	18	Inscripciones	29,50%	R\$ 22.842
19	Inscripciones	30,50%	R\$ 34.993	19	Inscripciones	30,50%	R\$ 23.769
20	Inscripciones	31,50%	R\$ 36.305	20	Inscripciones	31,50%	R\$ 24.660

/.