



CATEGORÍAS

FIP FESTIVAL 2023

Festival internacional de Marketing,
Nuevas Técnicas de Comunicación,
Innovación y Eventos



Mensagem ao participante

O FIP é um concurso que premia um amplo espectro de técnicas de marketing e comunicação. A extraordinária evolução das ferramentas de comunicação comercial fez com que o festival, uma vez consolidado, fosse possibilitando outras alternativas de comunicação e técnicas publicitárias, que compõem o notável número atual de 21 itens de categorias que analisa e julga. E no futuro, é claro que eles continuarão a crescer. Ao mesmo ritmo que o mercado que os utiliza cresce notavelmente. Apresentamos então, os 21 segmentos das disciplinas de marketing e suas respectivas categorias, nas quais você poderá apresentar suas ações no FIP.

Questões a considerar:

- **Descontos de escala de taxas**

Observe que quanto mais envios você acumular, maiores serão os descontos e menores serão os custos de inscrição das peças, e também existe um plano de inscrição antecipada que recebe outro desconto acentuado. E se você pagar antecipadamente, consegue preços melhores. Consulte: "[Taxas de inscrição](http://fipfestival.com.ar/costos-inscripcion.php)" no site da FIP. (<http://fipfestival.com.ar/costos-inscripcion.php>)

- **Sobre o formato de julgamento**

As peças são julgadas por um júri internacional online composto por 50 a 75 especialistas, muitos dos quais são performers contemporâneos de marcas líderes. A FIP NÃO JULGA DIRETAMENTE. APENAS ADICIONE OS VOTOS inicialmente auditados pelo Comitê Executivo. Este último é formado por renomados especialistas internacionais na atividade.

- **Sobre "Maiores Chances"**

Observe que o FIP oferece a você um número interessante de categorias especiais que, além das clássicas premiações Ouro, Prata e Bronze, entregam um FIP Cristal especial. Como estes últimos recebem mais pontos, se os vencer, aumentam suas chances de obter prêmios da categoria ou nacionais (Agência do Ano/País) e também acumular pontos para o reconhecimento do Titanium FIP, chamado TRIENIO que premia o maior vencedor de 3 anos consecutivos.

Rubros del FIP 2023

Este PDF é interactivo, seleccione o item de seu interesse para ver suas categorias

RUBRO 1 · MARKETING PROMOCIONAL (MP) - Ativações e Ações Presenciais e Ações Digitais

Definimos Marketing Promocional como aquelas atividades estratégicas focadas em obter respostas positivas de um consumidor em potencial. Seja com a intenção de venda imediata, teste de um produto ou para fixar uma marca na memória e conseguir uma posterior resposta e posicionamento.

As ferramentas que podem ser utilizadas são inúmeras e, auxiliadas pela tecnologia, crescem e se diversificam continuamente, buscando fundamentalmente estabelecer o hábito de consumo de um produto e de uma marca, de forma estendida ao longo do tempo.



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

MP.1 Ações de produtos alimentícios e doces, conservas e salgadinhos

Inclui produtos alimentícios de todos os tipos embalados ou para venda fracionada, refeições preparadas, produtos vegetais ou cárneos, frutas e qualquer outra possibilidade de alimentação humana. Inclui ações com carnes, peixes e mariscos, sopas de todos os tipos, enchidos, frutas e legumes, massas, molhos, azeites e vinagres. Não exclui outras opções não mencionadas aqui.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

MP.2 - Acciones de Bebidas Alcohólicas y No Alcohólicas

Acciones de bebidas alcohólicas en general, bebidas aperitivas de baja graduación, vinos, cervezas, licores, sidras y champagnes, espumantes, vodka, ginebras y similares. Incluye gaseosas de todo tipo, aguas minerales, café, té, jugos, aperitivos con hierbas, derivadas de lácteos (bebibles) y energizantes entre otros.

* CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

MP.3 - Ações de produtos relacionados à Saúde, Cosmética e Estética Corporal.

Produtos para cuidados com a pele, perfumes, essências, Produtos para cuidados com a pele, desodorantes, xampus, sabonetes e sais de banho, cremes especiais, pós, esmaltes. Inclui protector solar, tintura de cabelo, repelente, papel higiênico, maquiagem, entre outros. e elementos de jardim, entre outros. e elementos de jardim, entre outros.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

MP.4 - Ações Automotivas, Motos e Caminhões.

Inclui promoções de marcas, novos modelos, novos planos de financiamento, lançamentos especiais, tanto em automóveis, quanto em utilitários e caminhões. Inclui road shows e apresentações em stands e exposições.

* CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023

RUBRO 1 · MARKETING PROMOCIONAL (MP)



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

MP.5 - Ações de Produtos e Serviços Bancários e Financeiros.

Para promoções bancárias, cartões de crédito/consumo, planos especiais de crédito e outros serviços financeiros.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

MP.6 - Emotional Marketing

Essa variável é uma maneira revolucionária de abordar o marketing.

Como somos todos humanos, as emoções controlam até o pensamento mais racional.

Utilizando conhecimentos de Psicologia e Sociologia colocamos as pessoas em primeiro lugar e por isso desenvolvemos campanhas que focam em extrair emoções do consumidor. Pessoas, afinal, são pessoas... e o mesmo executivo que assina um contrato milionário é também quem decide qual carro comprar ou para onde ir nas férias. Ou quais biscoitos consumir...

É disso que trata o marketing projetado por meio das emoções

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

MP.7 - Ações Promocionais para Organizações de Viagens e Turismo

Para empresas de transportes, viagens e turismo, companhias aéreas, combo e autocarro, ferries e cruzeiros, agências de viagens, postos turísticos, hotéis, complexos turísticos, promoções de cidade e/ou país, aluguer de viaturas, vales-transportes, ginásios, saúde e dietas, festivais de música, orquestras, exposições e espetáculos, discotecas, bares, museus, galerias de arte, cinemas e teatros, discotecas, lotarias e jogos de azar.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

MP.8 - Melhor ideia desenvolvida em temas de Cultura, Lazer e Recreação

Arte e cultura na música, no cinema e nos livros. Projetos e Desenvolvimentos de Universidades, escolas, órgãos oficiais, fundações e ambientalistas. Eventos, festivais e congressos relacionados. Ações de empresas e mídia. Publicações e Patrocínios.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

MP.9 - Melhor Promoção Viagens.

Refere-se àquelas campanhas que, utilizando meios mecânicos (móveis ou caravanas), se deslocam continuamente e num único programa de atividades por diferentes populações de um país, gerando uma proposta promocional, dentro e à volta do telemóvel.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023

RUBRO 1 · MARKETING PROMOCIONAL (MP)



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

MP.10 - Idéias de Promoção Multimarcas.

Serão premiadas as idéias que utilizarem a totalidade ou parte de um conjunto de marcas de produtos de uma empresa ou de várias empresas para uma campanha que envolva todas simultaneamente.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

MP.11 - Promo Entertainment.

Promoções com jogos e áreas de lazer para adultos e crianças. Teatros e cinemas, festivais de música, espetáculos e exposições. Inclui também Promoções com Licenças e Personagens, desde banda desenhada, banda desenhada tradicional ou especialmente criada.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

MP.12 - Promoções Sazonais, Verão ou Inverno.

Serão avaliadas ações de contato com consumidores ativos ou potenciais durante o período de férias. Serão premiadas as idéias que se destaquem pela originalidade da sua mensagem, pela sua implementação e pela utilização de novos mecanismos de contacto.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

MP.13 - EndoMarketing | Promoções destinadas a obter Motivação às Equipas de Vendas e ao Pessoal de uma empresa.

Serão analisadas as ações que visam obter maior adesão e envolvimento com o espírito da empresa, priorizando aquelas que possuem planos de incentivo para seus funcionários.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

MP.14 - Melhor Ação de Serviços Públicos, Educação e Eventos Culturais

Ações Promocionais que visam destacar as características dos serviços públicos, a promoção da Educação como fundamento básico do funcionamento social e convocatórias para Eventos Culturais que privilegiem o acesso a públicos antes ignorados.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

MP.15 - Teste de Produto.

Refere-se àquelas ações que incluem modos de uso do produto, especificamente

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

PRÊMIO ESPECIAL | MP.16 – Experiência da Marca

Esta categoria é para demonstrar como você pode construir uma experiência de marca além da publicidade tradicional. Somente trabalhos que realmente deram vida a uma marca ou produto - literal ou virtualmente - e engajados com um público específico para atingir os objetivos desejados devem ser inscritos. Os vencedores deste prêmio demonstrarão como os anunciantes estão alcançando seu público para estabelecer novos relacionamentos significativos, experiências memoráveis e envolver os consumidores e suas conexões exclusivas com suas marcas.

*** CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL**

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

MP.17 - MARKETING DE CAMPO | Melhor Logística com ações One to One.

Serão premiadas as ações que requeiram a utilização de equipas de promotores, viaturas, etc., que percorram diferentes circuitos de uma localidade, zona ou região num curto espaço de tempo. A ideia, eixos de atração e implementação que acompanham a ação serão observados em detalhe.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

MP.18 Sucesso Contínuo | (Aberto a todas as categorias / Para Ideias comprovadamente bem-sucedidas que reiterem sua ideia central ou a tenham reiterado anualmente ou sazonalmente).

Só serão aceitas peças executadas após 30 de maio de 2018.

Esta categoria refere-se àquelas ideias ou campanhas que demonstraram sucesso contínuo ao longo do tempo e cuja ideia central tem sido reiterada periodicamente ou anualmente sem grandes

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

MP.19 MECÂNICAS MAIS CRIATIVAS - Quando a criatividade está nas mecânicas utilizadas

Essas ações que acontecem ou acontecem em circunstâncias inesperadas ou incomuns serão recompensadas. Algumas delas são puramente promocionais e duras, com uma importante base de criatividade e outras são ações mais notórias, que geram imagem de marca e grande repercussão. Será valorizado que possam ser facilmente encaminhados a terceiros e que tenham uma reação e avaliação imediatas. INCLUI ações do Mystery Shopper

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

MP.20 Melhor Ação Vinculada à Agricultura, Culturas e seus Fornecedores

(aplicável a qualquer ferramenta de comunicação das 20 categorias do FIP)

Refere-se àquelas campanhas que, através de diferentes meios de comunicação, realizam um programa de atividades de promoção de produtos vinculados à economia agrícola, gerando uma proposta promocional vinculada aos produtos do campo.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023

RUBRO 2 · EVENTOS (E)

PRÊMIO AGÊNCIA DO ANO - EVENTOS

Será ainda atribuído um GRANDE PRÊMIO, de “Melhor Evento do Ano” entre todos os vencedores da categoria Eventos, de todas as categorias incluídas no tema. O título de Agência de Eventos do Ano será concedido à agência que somar o maior número de pontos no total das 25 categorias da categoria FIP Eventos.

O Prêmio será denominado Eventos “Agência do Ano” e será entregue um Troféu e Diploma à Agência e um Diploma à Marca vencedora. É um Troféu de Base Dupla.



RUBRO 2. Eventos (E)

E.1 - Eventos Corporativos para produtos e serviços de grande consumo

A concepção e execução daqueles eventos que obtenham a motivação de uma equipa e o sentimento de pertença a uma empresa ou marca serão especialmente premiados.

*** CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL**

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E. 2 - Eventos desenvolvidos através de plataformas de streaming

*** CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL**

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E. 3 - Promoções e Eventos Noturnos. INCLUI ações e Festas de Negócios desenvolvidas com plataforma na Internet e nas Redes Sociais

Também inclui promoções noturnas, festas de empresas, eventos especiais, recitais de rua e passeios públicos.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E.4 - Eventos em co-branding de duas ou mais marcas

Serão premiadas as ideias desenvolvidas e executadas por duas ou mais marcas ou por uma marca em conjunto com uma sala/sede/espço onde a ação promocional seja direcionada em benefício de ambas etc.

*** CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL**

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E.5 - Eventos Recreativos | Melhor Evento Recreativo.

O Júri premiará aquela ideia que, assente num eixo lúdico, de tipo informal, seja construtiva e gere adesão à marca. Deve ser uma ideia fácil de integrar, relaxante, com regulações flexíveis e pode ser uma ideia mista/recreativa-competitiva, motivadora e estimulante.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023

RUBRO 2 · EVENTOS (E)



RUBRO 2. Eventos (E)

E.6 - Lançamento ou Reposicionamento de Produto

Será premiada a melhor ideia relacionada com a promoção do lançamento ou reposicionamento de uma marca ou evento realizado numa determinada data.

*** CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL**

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E.7 - Melhor Viagem de Incentivo.

Premiará a originalidade do programa e suas atividades. E a capacidade de envolver os participantes para viver a experiência.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E.8 - Melhor Evento de Motivação e Incentivo

A concepção e execução daqueles eventos que obtenham a motivação de uma equipa e o sentimento de pertença a uma empresa ou marca serão especialmente premiados.

*** CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL**

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E.9 - Celebrity Marketing - Eventos.

Será premiada a ação cujo protagonista tenha alcançado um impacto claro e concreto devido às suas principais características e um resultado exitoso de sua convocação. Eventos que tenham protagonismo de celebridades, como principal eixo motivacional, também serão qualificados.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E.10 - FESTAS DA ESTAÇÃO | Melhor ideia original para evento ou festa sazonal. (Verão ou inverno).

Será premiado o evento que comprovadamente impactar pelas suas principais características e pelo resultado exitoso de sua convocação. Inclui festas centradas em marcas e também participam festas de cidades ou produtos. *Exemplo: Festa Nacional do Milho, Eleição das Rainhas da Beleza ou outros.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023

RUBRO 2 · EVENTOS (E)



RUBRO 2. Eventos (E)

E.11 - RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA | Eventos ou Ações de Responsabilidade Social ou Empresarial

O evento que obtiver impacto será premiado pelas suas características destinadas a promover ou favorecer alguma ação específica ou circunstância social, apoiada pela ação de uma marca

*** CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL**

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E.12 - Eventos com Programas Itinerantes

Serão atribuídos prêmios aos eventos que se realizem em diferentes cidades ou espaços, promovendo experiências de marca junto do público angariado.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E.13 - Eventos Infantis

Serão premiadas as ideias que melhor demonstrarem o sucesso alcançado em uma chamada e os resultados com o público infantil, realizando uma ação que tem como destinatário a criança. Devem ser mencionados os jogos que eventualmente acompanham a ação, bem como se a ação foi acompanhada pelo uso de mídia.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E.14 - Novas Tecnologias aplicadas à Comunicação Visual e Cenográfica de um Evento. Inclui Realidade Virtual.

Será premiada a melhor ideia relacionada com a promoção do lançamento ou reposicionamento de uma marca ou evento realizado numa data específica.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E.15 - Melhor Evento de Comemoração

Serão premiadas as ideias que se destacam pela originalidade das suas propostas e pela criatividade da sua mensagem, bem como pela sua ligação real com os dados atuais.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E.16 - Convenção, Reunião de Negócios ou Congresso de Maior Destaque

Serão premiados os eventos que obtiverem impacto pela originalidade de suas características principais e pelo resultado exitoso de sua convocação. Inclui partes com eixo nas marcas ou produtos.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E.17 – Melhor Evento Temático

Será premiado o evento que se destacar e impactar pelo seu eixo temático central e pelo resultado exitoso de sua convocatória. Inclui festivais centrados em marcas e festivais de cidades, regiões ou produtos também participam.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E.18 – Melhor Evento Musical e/ou Artístico

Serão premiados os espetáculos que se destacarem pela qualidade e inovação de suas encenações. O Júri apreciará especialmente as técnicas relacionadas com o acompanhamento de elencos de bailarinos e iluminação, projeção de imagem, condução geral e impacto e resposta AO VIVO dos participantes.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E.19 – Melhor Evento Virtual

Inclui apresentações em 3D, mapeamento, projeções inovadoras tanto em streaming quanto presencial com tecnologia aplicada ao evento.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E.20 – Melhor Criatividade Alegórica em Eventos

A Melhor Ideia ou Produção de Elementos Alegóricos, premiará as produções de agências que tenham intervindo no desenvolvimento de carros alegóricos, trupes, elencos e figurinos em celebrações especialmente alusivas a esta temática.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E.21 – Melhor espaço ou empreendimento para eventos

Esta categoria premiará os espaços que demonstrem a sua originalidade e capacidade estrutural para a realização de eventos especiais. Podem ser apresentados locais com ambientes externos, setores fechados ou uma mistura dos dois.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E.22 – Eventos de utilidade pública para fins de assistência social

Quando a comunicação e a publicidade usam suas melhores ferramentas para espalhar uma mensagem de bem público, é toda a sociedade que se beneficia. Porque a consciência está em todas as cabeças, e isso, com sorte, também pode gerar mudanças de comportamento e políticas públicas ainda melhores

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E.23 – Eventos de relações públicas

Um evento é uma ferramenta de gestão para a área de RP de uma empresa, marca ou instituição: Deve ajudar a atingir os objetivos comerciais e melhorar a imagem institucional: É uma oportunidade de estabelecer contato direto com uma parte do nosso segmento ou audiência, fortalecer laços e vínculos e transmitir determinados valores da marca.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E.24 – Evento de inovação em mídia

São chamados de meios de inovação, entendendo por isso uma concentração no espaço de empresas e instituições entre as quais existem relações científicas, técnicas e produtivas, que geram novos conhecimentos tecnológicos, novos produtos e novos processos, nas formas da comunicação moderna.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E.25 – Melhor Evento Cultural

Refere-se àqueles eventos culturais relevantes e originais que possuem alto nível de atratividade. Podem ser artísticas, educativas, teatrais ou especialmente dedicadas a um determinado assunto ou tema.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E.26 – Melhor Campanha de Comunicação de Evento

O FIP premiará aquelas campanhas que tenham como eixo principal um evento que se destaque em sua comunicação.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E.27 – Melhor Evento Educacional

Conforme expressa o comunicado, este tipo de evento será premiado pelo nível da sua agenda e pela originalidade da sua encenação. Os resultados serão especialmente levados em consideração.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023

RUBRO 2 · EVENTOS (E)



RUBRO 2. Eventos (E)

E.28 - Melhor Evento Municipal ou Ação Governamental

Ações ou Promoções de uma área do Governo destinadas a divulgar seus trabalhos e ações em benefício de uma comunidade ou setor social.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E 29 - Melhor Evento Verde

Melhor ideia voltada para a promoção da sustentabilidade ambiental, com apoio à proteção da ecologia.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E 30 - Evento de Bem Social

O que queremos dizer quando falamos de eventos sociais? Os eventos sociais estão ligados a ambientes privados, reunindo pessoas que tenham em comum laços familiares, de amizade ou pertencentes a uma equipe de trabalho. E fazem isso pensando no bem comum.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E 31 - Eventos artísticos

São eventos de alguma importância relacionados a algum ramo da arte, cultura ou valores. Esses eventos têm como objetivo propagar e divulgar questões culturais. Estes podem referir-se a diferentes artes, como artes cênicas, música, fotografia ou mesmo literatura.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E 32 - Carnaval

O carnaval combina elementos como fantasias, grupos que cantam dísticos, desfiles e festas de rua. Apesar das diferenças que sua celebração apresenta no mundo, sua característica comum é ser um período de permissividade e certo descontrole. Eles tendem a gerar um espírito festivo incomum e costumam paralisar grande parte da atividade nas cidades que sediam suas comemorações.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E 33 - Evento Municipal

Um evento municipal é certamente um evento massivo com uma reunião pública em grande escala. Reúnem-se em local com capacidade e infraestrutura para aquela atividade, devem ser regulamentados com finalidade, tempo, duração e conteúdo, sob responsabilidade dos funcionários.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E 34 - Evento de gala

Uma noite de gala é um evento elegante e requintado organizado por empresas para celebrar uma ocasião, apresentar um novo projeto, encerrar uma conferência ou seminário ou aderir a uma causa de caridade.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E 35 - Evento Híbrido

Um evento híbrido é aquele que ocorre fisicamente e virtualmente simultaneamente. Em outras palavras, ocorre em um espaço físico com capacidade limitada de convidados -na maioria dos casos-, mas com um público que assiste virtualmente.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E 36 - Expo ou evento agropecuário.

O júri irá analisar a “encenação” das marcas envolvidas.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 2. Eventos (E)

E 37 - Evento interativo ao ar livre

O SEA AWARDS TEM ESPECIAL INTERESSE NA PREMIAÇÃO DESTE MODELO DE EVENTO onde deve ser criada uma linha de comunicação entre os organizadores e os participantes, aumentando a interação e fidelização de uma comunidade ou grupo de pessoas. Todas as informações do evento deverão ser armazenadas em uma plataforma intuitiva e inovadora que poderá ser utilizada posteriormente para dar continuidade ao link.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023

RUBRO 3 · COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING (CIM)

A forma como a sua terminologia indica a integração das comunicações comerciais é um facto incontestável. Hoje em dia, falar sobre BTL não é apenas um anacronismo, mas poderíamos até considerá-lo um eufemismo ofensivo e um mal-entendido. As linhas dramáticas que antes indicavam maior e menor atividade desapareceram e as diferenças devem ser estabelecidas apenas pelas técnicas utilizadas, nenhuma deve ser melhor que a outra, pois a excelência se dá pelo seu bom uso.



RUBRO 3. Comunicação Integrada de Marketing (CIM)

CIM.1 - Comunicação Integrada de Marketing para todos os tipos de produtos

Esta categoria avalia as campanhas que usam uma combinação atraente de ferramentas promocionais, mídia de massa e recursos interativos.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023

RUBRO 4 · MARKETING INFANTIL (INF)

Brincar e lazer infantil como plataforma para ideias promocionais.

O jogo é a linguagem principal das crianças; eles se comunicam com o mundo através da brincadeira. O brincar, como forma de lazer, aponta o caminho para a interioridade da criança: por meio dele ela expressa seus desejos, fantasias, medos e conflitos. Reflete sua percepção de si mesmos, de outras pessoas e do mundo ao seu redor. Também estimula os seus sentidos, enriquece a sua criatividade e imaginação. É brincando que a criança aprende a se comunicar com os outros, daí a importância do tempo dedicado ao lazer na vida dos pequenos.



RUBRO 4. Marketing Infantil (INF)

INF.1 - Promoções para Crianças - Todos os tipos de Produtos

Ideias de ações com Snacks, pastelaria, cereais, confeitaria, pastilhas elásticas e rebuçados, fast food e entregas ao domicílio. Refrigerantes, smoothies, água mineral, bebidas lácteas. Inclui também: Ações por meio de novos personagens em apoio a ideias promocionais; suplementos de coleção; vídeos, fascículos, etc.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023

RUBRO 5 · FIP Saúde e desenvolvimento humano

Esta categoria de prêmio é criada para promover o valor da criatividade nas comunicações de saúde e na melhoria da qualidade de vida humana. As ideias serão premiadas principalmente com base em sua criatividade e utilidade. Empresas farmacêuticas, entidades médicas, empresas de beleza e nutrição, empresas de cuidados com bebês e crianças são convidadas a apresentar as suas ideias para distribuição farmacêutica, saúde oral, ortopedia, seguradoras, Assistência Social e Hospitais e Retalho Farmacêutico. Também para Instituições Governamentais e Centros de Pesquisa. Serão premiadas as ações, as comunicações dos lojistas e os programas de treinamento e congressos para médicos e farmacêuticos. No dominado “Mercado do Bem-Estar”, este concurso recompensará nutrição saudável, cosméticos para a pele e produtos de beleza. Também ações com produtos dietéticos, de beleza e nutrição natural.



RUBRO 5. FIP Saúde e desenvolvimento humano

DH.1 - Marketing Digital, para ações do Setor

As ferramentas de marketing digital nivelarão o campo de jogo para empresas de todos os tamanhos. Poderosas ferramentas de segmentação e medição, anteriormente reservadas para grandes marcas, agora também estarão disponíveis para empresas menores. A fórmula para o sucesso é uma combinação de alcance direcionado, mensagem forte, frequência e medição. Todos esses componentes estão disponíveis digitalmente e em dispositivos móveis e nunca antes essas ferramentas foram tão precisas ou eficientes para atingir o consumidor certo. O campo de jogo foi democratizado. Eles podem ser usados por grandes e pequenos



RUBRO 5. FIP Saúde e desenvolvimento humano

DH.2 - Atividades e Ações de Responsabilidade Social

O ser humano precisa se comunicar e viver em sociedade. Aquele que não é alheio à forma como o partilhamos. Portanto, ao longo da história da evolução humana, há aspectos que são vistos tomando mais cuidado. Por isso falamos de Responsabilidade Social. Um tipo de marketing que costuma ter dois objetivos: por um lado, os desejos dos consumidores e, por outro, o serviço que presta às empresas. O Marketing Social é o produto de uma evolução do conceito clássico de marketing que até poderia ser considerado um pouco obsoleto, pois o progresso e a transformação tecnológica e sua percepção inteligente permitem avaliar novos modelos que abrangem as necessidades de todos os atores. Não se trata mais de objetivos de curto prazo como antes, mas sim do paradigma da hora, é outro tipo de metas definidas a médio e longo prazo.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 5. FIP Saúde e desenvolvimento humano

DH.3 - CATEGORIA ESPECIAL “AÇÕES DEVIDO AO COVID 19”

A FIP apresentou a Categoria Saúde e Desenvolvimento Humano no ano passado. Neste ano de pandemia, marcas e agências fizeram um trabalho importante que a FIP deseja reconhecer. A Categoria incluída no referido item 20 contemplará exaustivamente todas as ideias relativas às propostas de prevenção de infecções por ela ocasionadas, bem como as fortes mudanças nas formas de comunicação

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 5. FIP Saúde e desenvolvimento humano

DH.4 - Ações de Marketing Solidário

Serão premiados todos os tipos de atividades promocionais, que estejam vinculadas a ações de bem público ou social ou que visem a arrecadação de fundos para entidades. Inclui promoção de emprego e programas de treinamento e programas educacionais. Idem prevenção de doenças. Campanhas antidrogas, campanhas de conscientização sobre deficiência, igualdade sexual e doação de órgãos.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023

RUBRO 6 · MARKETING DE CONTEÚDO (MC)

É a arte de entender exatamente o que seus clientes precisam saber e entregá-los de forma relevante e convincente. Em outras palavras, consiste em criar e distribuir conteúdo relevante para clientes e prospects, a fim de atraí-los para a empresa e se conectar com eles. Não se trata, portanto, de conteúdo promocional, mas sim útil e relevante para os usuários e para a empresa que deve ser disponibilizado em formatos adequados. Entende-se por Conteúdo qualquer tipo de publicação, sejam elas: Atualizações nas Redes Sociais, nas versões Online ou Papel ou em Multimídia.

**** ABERTO A TODOS OS ITENS E IDEIAS ****



RUBRO 6. Marketing de conteúdo (MC)

MC.1 Conteúdos em Plataformas criadas para Redes Sociais ou Aplicativos. Inclui ações desenvolvidas com plataforma na Internet.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 6. Marketing de conteúdo (MC)

MC.2 Conteúdo gerado por um Referrer

Conteúdo, jogo ou entretenimento desenvolvido com a presença de um influenciador, celebridade ou formador de opinião para amplificar as mensagens da marca ou produto

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023

RUBRO 7 · THE CYBER FIP (TEC) - ALTA TECNOLOGIA ESPECIALMENTE LIGADA À COMUNICAÇÃO

As ferramentas de marketing digital nivelarão o campo de jogo para empresas de todos os tamanhos. Poderosas ferramentas de segmentação e medição, anteriormente reservadas para grandes marcas, agora também estarão disponíveis para empresas menores. A fórmula para o sucesso é uma combinação de alcance direcionado, mensagem forte, frequência e medição. Todos esses componentes estão disponíveis digitalmente e em dispositivos móveis e nunca antes essas ferramentas foram tão precisas ou eficientes para atingir o consumidor certo. O campo de jogo foi democratizado. Eles podem ser usados por grandes e pequenos.

Importante

Nesta versão do FIP 2023 e, em todas as suas categorias, podem ser apresentadas as ações realizadas entre janeiro de 2021 e o respectivo encerramento regional do ano de 2023.



RUBRO 7. The cyber FIP (TEC)

TEC.1 - Omnicanal

O FIP premiará especialmente esta NOVA CATEGORIA.

O Omnichannel é responsável por sincronizar os canais de vendas, ao invés de trabalhar em paralelo, a integração destes canais permite melhorar significativamente a experiência do usuário.

Esse método não é utilizado apenas no Trade Marketing, mas suas vantagens estão sendo vistas em diversas áreas do processo de marketing, como na Logística Omnichannel.

Uma das vantagens oferecidas pelo omnichannel no ponto de venda é a gestão ativa do estoque. Desta forma, os trabalhadores que necessitem de informação sobre a disponibilidade de stocks terão uma visão global destes.

Graças à sincronização de canais, os funcionários têm os recursos necessários para comunicar ao consumidor se eles têm determinados produtos e, no caso de não ter estoque, poderão explicar as diferentes maneiras que o usuário tem para obter o que procura.

Por outro lado, as formas que os consumidores têm para obter produtos não encontrados na loja estão se tornando cada vez mais diversificadas. Com o apoio e orientação do staff da loja, o utilizador poderá decidir qual das opções mais se adequa às suas necessidades (compra online, levantamento na loja, etc.). Esse processo, além de proporcionar maior conforto, prolonga o tempo de permanência do consumidor na loja, aumentando as possibilidades de compra.

Todas essas conveniências proporcionadas pelo omnichannel no Trade Marketing aumentam a satisfação do cliente durante a experiência de compra. Sem dúvida, uma estratégia digital a ter em conta.



RUBRO 7. The cyber FIP (TEC)

TEC.2 - Ações em Varejo & Eventos

Aplicativos para Trade Marketing, jogos de incentivo, incentivo ao consumo no ponto de venda, premiação e material de PDV, com criação de banco de dados de usuários, da marca.



RUBRO 7. The cyber FIP (TEC)

TEC.3 - Aplicações Interativas para Trade Marketing.

Um dos desafios estratégicos dos departamentos de Marketing é melhorar a experiência de compra. O Trade Marketing desempenha um papel fundamental no desenvolvimento de elementos inovadores para garantir uma experiência de compra favorável. As últimas tendências digitais em Trade Marketing estão ajudando grandes e pequenas empresas a progredir neste campo. A implementação e manutenção da imagem da marca no ponto de venda, desenvolvimento de planos para captação de clientes estratégicos e ações de tráfego no ponto de venda, são algumas das muitas atividades comerciais realizadas pelos profissionais de Trade Marketing-

Desde que as organizações começaram a agregar elementos tecnológicos aos seus negócios, a digitalização não parou de crescer e as empresas também vivenciaram esse avanço. Não é à toa que todos já estão “entrando” nessa onda e se esforçando para conhecer as últimas tendências digitais em Trade Marketing. As soluções digitais voltadas para o avanço na área de Trade Marketing oferecem vantagens como:

Estratégias aplicadas operacionalmente seguindo todas as instruções indicadas.

Estudo da eficácia da estratégia medindo os indicadores.

Processo digital oferecendo imagens e vídeos em tempo real.

Permite um controle abrangente sobre a campanha em todos os momentos.

Supervisão da correta implementação da marca no ponto de venda.

Melhoria na captação de clientes estratégicos.

Favorece o correto desenvolvimento das ações de trânsito

A “loja online”

Hoje quem não tem presença online, não existe. A maioria dos consumidores de hoje e principalmente os “millennials” fazem uma busca online por produtos que posteriormente irão adquirir em uma loja física. A primeira coisa que uma loja online oferece é a informação, permite que os valores de um produto sejam transmitidos aos usuários, oferece serviços muito mais amplos graças à realocização e, além disso, a possibilidade de comunicação é muito mais ampla.

O papel da Análise de Dados

A coleta de dados de campo, a observação do comportamento de compra e a análise de avaliações são apenas alguns dos métodos usados para coletar informações do consumidor. Em suma, os processos de compras são estudados para definir o público-alvo da forma mais detalhada possível e dar às empresas a oportunidade de desenvolver campanhas e ações mais focadas.



RUBRO 7. The cyber FIP (TEC)

TEC.4 - AÇÕES COM NOVAS MÍDIAS INTERATIVAS ARTE DIGITAL, VÍDEOS JOGOS PROMOCIONAIS, ANIMAÇÃO DIGITAL

O FIP reflete: O que é mapeamento? O mapeamento é uma técnica com a qual a fachada de um edifício é tomada e, sobre a construção, é projetada a mesma edificação animada, o que gera um efeito tridimensional, como se a edificação ganhasse vida e nos envolvesse no contexto da história sendo dito. O mapeamento é uma técnica, como o filme ou a fotografia. A questão é o que pode ser feito com essa técnica. O que normalmente se faz é gerar um desenho 3D idêntico ao edifício e projetar esse desenho, com muita precisão, na parede do mesmo edifício. Obviamente, cores, luzes, movimentos, animação são aplicados a este projeto, criando assim a ilusão de que este edifício ganha vida, se move, desmorona e personagens aparecem em suas janelas, entre outras coisas.

Na era digital de hoje, as pessoas estão cercadas por mídias interativas. Onde quer que você olhe, você encontrará um exemplo dessa forma de comunicação.

- Sites de redes sociais como Facebook, Twitter e Instagram são exemplos de mídia interativa. Esses sites usam gráficos e texto para permitir que os usuários compartilhem fotos e informações sobre si mesmos, conversem e joguem.

Os videogames são outro tipo de mídia interativa. Os jogadores usam controladores para responder a sinais de áudio e visuais na tela gerados por um programa de computador.

- Se você tem um dispositivo móvel como um smartphone, você usa aplicativos. Essas formas de mídia interativa podem ajudá-lo a entender o clima, direcioná-lo para onde quiser, escolher e responder às notícias que são importantes para você e permitir que você compre. As possibilidades são infinitas.

- Outra forma de mídia interativa é a realidade virtual (RV). A realidade virtual oferece aos usuários uma experiência totalmente imersiva, permitindo que eles entrem em um mundo que é quase uma cópia da realidade. A única diferença é que este mundo é digital.



RUBRO 7. The cyber FIP (TEC)

TEC.5- Melhor Campanha de Marketing Viral.

E... o que é marketing viral?

O marketing viral é o tipo de marketing que tem uma grande capacidade de se espalhar entre o público. É aquele que replica de forma rápida e fácil o conteúdo ou mensagens publicitárias de uma marca ou empresa.

Nesse tipo de marketing, uma característica se destaca: ele é compartilhado por si mesmo. É o próprio público que divulga a mensagem ou a campanha através de 'shares' nas redes sociais, visualizações, "likes", etc.

Basta a empresa ou marca criar a mensagem viral para captar a atenção do público e... não é uma tarefa fácil! O FIP o recompensa especialmente por isso. As ações devem demonstrar a maior eficácia na busca pela obtenção de volume.



RUBRO 7. The cyber FIP (TEC)

TEC.6 Melhor Contribuição Tecnológica

Serão premiados aqueles projetos que, incorporando e gerenciando as tecnologias em uso, obtenham competitividade demonstrável para as organizações e conseqüentemente resultem na captação e retenção de clientes e acentuem sua fidelização e rentabilidade.

RUBRO 7 · THE CYBER FIP (TEC) - ALTA TECNOLOGÍA VINCULADA ESPECIALMENTE A COMUNICAR



RUBRO 7. The cyber FIP (TEC)

TEC.7 AÇÕES UTILIZANDO REALIDADE VIRTUAL e REALIDADE AUMENTADA

Serão qualificadas aquelas ações que utilizam recursos de Realidade Virtual para o desenvolvimento de questões de Marketing. O que acontece quando nos deparamos com ambientes virtuais? Em princípio podemos concordar que a mesma coisa acontece quando nos deparamos com a realidade material. Mas pode acontecer que em ambientes virtuais nos deparemos com cenários para os quais não temos uma resposta humana programada.

Nestes casos, o atrativo será que será necessário desenvolver novas respostas de “aprendizagem” que quebrem ou complementem os paradigmas até então aceitos.



RUBRO 7. The cyber FIP (TEC)

TEC.8 MARKETING NO YOUTUBE

Se pensarmos em fazer Marketing no YouTube, Instagram ou similar, a primeira conclusão que chegamos é que eles trafegam em um campo com muitas oportunidades de posicionamento. É mais fácil posicionar várias palavras-chave diretamente no YouTube ou Instagram do que no Google e considerando que é a segunda opção de busca mais utilizada e que é uma plataforma doméstica, A menor concorrência em relação ao buscador joga a nosso favor, fato que logo mudará, pois embora nem todo mundo queira ou valha a pena se colocar na frente de uma câmera, provavelmente veremos apresentações em PowerPoint preencherem as plataformas a partir de agora .

Além disso, cada vez mais apresentadores são usados, agências que desenvolvem scripts e freelancers que editam vídeos para dar a eles uma aparência muito profissional por pouco dinheiro.

Por tudo isso, o FIP vai premiar principalmente decisões estratégicas muito boas no médio-longo prazo e, assim, quem vem atrás são os que buscam micro nichos.

Essa geração está constantemente inovando com o surgimento das tecnologias da Internet e o uso do Marketing Digital. As inovações dos Millennials baseiam-se no facto de terem características que os tornam únicos. A tecnologia é uma ferramenta natural para esses jovens em suas vidas diárias, e a internet, dispositivos móveis e mídias sociais são seu modo de vida; Eles são incrédulos e tendem a confiar menos nas pessoas das gerações mais velhas e formam o grupo com maior descontentamento político e religioso.



RUBRO 8. Millennials

MI 1 - Ações dirigidas aos jovens. todos os tipos de produtos

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023

RUBRO 9 · AÇÕES SUSTENTÁVEIS E CUIDADOS COM A ECOLOGIA (SUS)

A FIP reconhecerá nesta nova categoria que incorpora, as ideias ou trabalhos de empresas que estejam ativa e amplamente envolvidas em mensagens ou políticas que sirvam uma melhor qualidade de vida, não só em matéria de proteção ambiental, mas também na esfera social. e até economicamente. O júri observará especialmente aquelas ideias que signifiquem uma contribuição essencial e demonstrem a intenção de produzir uma mudança de mentalidade, individual e coletivamente.



RUBRO 9. Ações sustentáveis e cuidado com a ecologia (SUS)

SUS.1- Marketing sustentável e proteção e cuidado com a ecologia

O marketing sustentável refere-se à promoção do uso racional de recursos pelas empresas que minimiza o impacto ambiental, especialmente nas áreas de desenvolvimento, promoção e comunicação de produtos ou serviços. Serão premiadas as ações que promovam ideias em defesa e proteção do meio ambiente. Os júris poderão privilegiar a distinção de ideias sustentáveis ao longo do tempo e/ou que enfrentam e tentam resolver problemas relacionados com a qualidade de vida. Categoria aberta a todas as áreas de empresas e produtos.

*** CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL**

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 9. Ações sustentáveis e cuidado com a ecologia (SUS)

SUS.2 - Bem-estar e Impacto Ambiental

As inscrições serão julgadas pela eficácia das soluções propostas para melhorar problemas reais na vida das pessoas: O prêmio será concedido sem levar em conta os resultados de vendas, mas sim pelo valor da ideia.

*** CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL**

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023

RUBRO 10 · INOVAÇÃO EM PUBLICIDADE NÃO CONVENCIONAL (PNC)

São aquelas novas ideias que atingem os limites difusos entre a Publicidade tradicional e as ações promocionais, com estilos ou técnicas inovadoras que, justamente por isso, chamam a atenção. Não são meios conhecidos nem técnicas promocionais comuns e destacam-se pelo seu grau de inovação. Geralmente são efêmeras, podem até conter expressões artísticas e, acima de tudo, são ações impressionantes. Deve-se entender o uso de mídias não tradicionais com alto grau de inovação, cuja principal característica é a oportunidade em que são realizadas, analisando também suas formas e/ou usos do espaço ou técnicas de abordagem ao público-alvo. Serão especialmente tidas em conta ideias de Marketing Ambiental, Marketing de Rua, Marketing de Guerrilha, Marketing Experiencial, Arte Efêmera e outras ideias que se destacam pela utilização de cenários inusitados.



RUBRO 10. Inovação em publicidade não convencional (PNC)

INOVAÇÃO | PNC.1 - Marketing de Experiência.

Ações Publicitárias Não Convencionais para todos os tipos de produtos alimentícios e bebidas. Inclui doces e lanches. O marketing “experiencial” cria campanhas baseadas em imagens que atraem desde o sensorial ou emocional, mas que estão relacionadas com a situação de compra e consumo do produto. Não esqueçamos que não inclui apenas publicidade ou promoção individual, mas também outras ferramentas de marketing.

*** CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL**

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 10. Innovación en publicidad no convencional (PNC)

INOVAÇÃO | PNC.2 - Marketing Experimental.I

Ações Publicitárias Não Convencionais, para todos os tipos de produtos (não inclui alimentos, bebidas e doces), criando campanhas que atraem desde o sensorial ou emocional.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 10. Innovación en publicidad no convencional (PNC)

INOVAÇÃO | PNC.3 - Ações de marketing de rua e marketing ambiental

Devem ser detalhadas aquelas ações realizadas em ambientes de rua e cujas características devam impactar pela novidade ou originalidade e cujo impacto seja imediato no público contatado. Estas ações podem ser estendidas a outros espaços urbanos, como parques, pontes, etc.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023

A FIP entende que em um festival de premiação de Marketing não deve faltar uma categoria e categorias de Publicidade: origem de toda comunicação comercial. Neste sentido, serão analisadas ações publicitárias em Cinema, TV, Rádio e em Gráfica (Jornais e Revistas) e em Outdoor (Gráfica Exterior). A publicidade continuará a ser uma grande protagonista e por isso honramos a sua presença.

E AGRADECEMOS POR TUDO QUE FIZERAM NA BATALHA DA HUMANIDADE CONTRA O COVID 19



RUBRO 11. Publicidad (PUB)

PUB.1 - Publicidade em TV, Rádio, Cinema e Gráficos

Para todos os tipos de produtos e mensagens



RUBRO 11. Publicidad (PUB)

PUB.2 - Publicidade em Vias Públicas (OUTDOOR) - Chamadas em Painéis Extraordinários, Chamadas em Painéis em Calçadas e Obras, Especialmente devido ao Covid 19

Inclui outdoors temporários, truques com sensores e marketing de guerrilha por meio de outdoors de curta duração no tempo, controles e tempo.



RUBRO 12. Lançamentos e Relançamentos de Marcas e Produtos (LAN)

LAN.1 - Lançamento de produto.

~ Lançamentos e relançamentos de produtos alimentares, incluindo refeições Inclui produtos alimentares de todo o tipo embalados ou vendidos em fracções, refeições confeccionadas, produtos hortícolas ou cárneos, frutas e qualquer outra possibilidade de alimentação humana. Inclui ações com carnes, peixes e mariscos, sopas de todos os tipos, enchidos, frutas e legumes, massas, molhos, azeites e vinagres.

~ Lançamentos e Relançamentos de Bebidas Alcoólicas e Não Alcoólicas. Inclui ações para bebidas alcoólicas em geral, aperitivos de baixo teor, vinhos, cervejas, destilados, sidras e champanhes, espumantes, vodcas, gins, vermouths e afins.

Lançamentos e Relançamentos de produtos relacionados à Saúde, Cosmética e Estética Corporal. Produtos para cuidados com a pele, perfumes, essências, Produtos para cuidados com a pele, desodorantes, xampus, sabonetes e sais de banho, cremes especiais, pós, esmaltes. Inclui protector solar, tintura de cabelo, repelente, papel higiénico, maquilhagem, entre outros.

~ Lançamentos e Relançamentos de Automóveis, Motos e Caminhões. Inclui marcas, novos modelos, novos planos de financiamento, lançamentos especiais, tanto em automóveis, quanto em utilitários e caminhões. Inclui road shows e apresentações em stands e exposições.

~ Lançamentos e Relançamentos de Produtos relacionados a Telefonía e Comunicações. Ações com Telefonía em formatos móveis reduzidos, TV, Vídeos, Câmeras, Câmeras de Vídeo Inclui Rádio, Provedores de Internet e Novos Recursos e Elementos para Comunicação)

RUBRO 13 · MARKETING ESPORTIVO (DEP)

As investigações efectuadas sobre a utilização do marketing nas entidades desportivas mostram que a aplicação isolada das ferramentas tradicionais não bastam por si só e que para garantir o sucesso no mercado é necessário complementá-las com outras disciplinas desenvolvidas largamente no sector dos serviços e atingir, em desta forma, a uma nova e específica abordagem ao marketing desportivo. Esta nova abordagem deve ser constituída por três áreas claramente diferenciadas e mutuamente complementares: o marketing tradicional, o marketing interativo e o marketing interno. Além disso, e simultaneamente com o crescimento da comunicação no esporte, os esportes conhecidos como extremos têm experimentado um crescimento extraordinário, alguns deles tradicionais e outros de desenvolvimento recente. Consciente disso, o FIP convida marcas e agências a concorrer com ideias que também são desenvolvidas nestas áreas. Em seguida, propomos categorias sobre esportes tradicionais e três categorias especiais sobre ações ou patrocínios em X-Games.



RUBRO 13. Marketing Deportivo (DEP)

DEP.1 - Patrocínios, ações e eventos da marca.

Ações realizadas em vias públicas (ruas, praças, parques, praias) e/ou em locais privados (bares, shoppings, cinemas, teatros) onde pode ou não haver interação com o consumidor.



RUBRO 13. Marketing Deportivo (DEP)

DEP.2 - Eventos mais chamados em jogos radicais.

Inclui (a título de exemplo) ações de Skate, Surf, Wakeboard, Snowboard, Esqui, BMX/Montanha, BMX Motocross, Trial, Jet Ski, Montanhismo, Paraquedismo, etc. Analisa também ações de marcas automóveis com test drives.



RUBRO 13. Marketing Deportivo (DEP)

DEP.3 - Comunicação Integrada de Marketing Desportivo.

Ações inspiradas no entretenimento e/ou em torno de personagens ou no esporte e/ou em torno de suas figuras. (Também inclui seus eixos e / ou mensagens em torno do tempo livre).



RUBRO 13. Marketing Deportivo (DEP)

DEP.4 - CATEGORIA ESPECIAL “AÇÕES DEVIDO AO COVID 19 NO ESPORTE”

Neste ano de pandemia, marcas e agências fizeram um trabalho importante que a FIP deseja reconhecer. O marketing no esporte não foi exceção. Por esta razão, a Categoria 4 incluída no referido item 13 contemplará exaustivamente todas as ideias relativas às propostas sobre a prevenção das infecções por ela ocasionadas, bem como as fortes mudanças nas formas de comunicação tendo o esporte como eixo fundamental.

RUBRO 14 · Material POP, Merchandising e Apresentação de Stands (POP)

O material publicitário utilizado nos pontos de venda tem como objetivo movimentar o produto com a energia de um vendedor de primeira linha, prestigiar a marca, ganhar aceitação do consumidor e do lojista, aumentar as vendas, facilitar a aproximação do consumidor com o produto, captar a sua atenção e incentivá-los a comprar. Isso reduz os custos de publicidade, pois muitos comerciantes não podem anunciar todos os itens de sua loja por meio de anúncios em jornais, rádio e menos na TV.

A publicidade no ponto de venda não tem qualquer tipo de limitação, exceto a de bom gosto. Mesmo em lojas que não são de autoatendimento por natureza, o material P.O.P pode estimular vendas por impulso. Dentro da loja, quando o comprador está decidindo a compra, é o melhor momento e local para anunciar. Lá oferece uma última chance de lembrar ou atrair clientes.



RUBRO 14. Material POP, Merchandising e Apresentação de Stands (POP)

POP.1 - Displays e Expositores.

Melhores ideias e design de peças ou módulos interativos para exposição de produtos. Esta categoria premiará as melhores ideias apresentadas em relação à ambientação dos produtos, tanto para expositores em balcões quanto para expositores de pé.



RUBRO 14. Material POP, Merchandising e Apresentação de Stands (POP)

POP.2 - Stands - Ambientes e Projetos Especiais.

Serão premiados as melhores ideias e “performances de palco” que envolvam o espectador ou consumidor pelo seu tamanho ou forma.



RUBRO 14. Material POP, Merchandising e Apresentação de Stands (POP)

POP.3 - Estandes grandes, estandes especiais.

Espaço temporário em exposições construídas em área previamente delimitada com o objetivo de divulgar, instruir, formar, promover e/ou comercializar produtos, serviços e marcas regionais. Descrição da empresa concorrente, do cliente final e do evento. Uma breve descrição do histórico das construtoras, tempo de atuação, seu mercado, suas necessidades e objetivos, bem como uma descrição das ações realizadas no mesmo

Como podemos ver, os recursos que as novas tecnologias nos oferecem no campo da criação gráfica são infinitos, tendo em conta que todas as aplicações informáticas relacionadas com o design digital e multimédia ou periféricos, como câmaras digitais ou scanners, ainda precisariam de ser mencionado. , que nos permitem gerar uma grande fonte de imagens, ou todos os programas relacionados à criação de filmes de animação, efeitos especiais, etc., que nesta ocasião não entraremos em detalhes para não nos estender muito .

Com toda esta avassaladora exibição de meios tecnológicos que a cada dia se supera e nos oferece novas possibilidades inusitadas, pode-se até entender que nada mais há do que o design na forma moderna de transmitir. Bem, mesmo que não seja, ainda é essencial.



RUBRO 15. Diseño (D)

D.1 - Design digital. Em sites e publicidade online

Serão premiados os designs mais destacados de páginas Web, microsites, botões, etc. feitos para marcas ou organizações. O upload do exemplo será feito no Youtube.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 15. Diseño (D)

D.2 - Arte e design | Melhor Direção de Arte e Design de Peça Promocional.

Será premiado o melhor design apresentado para elementos BTL em cartazes, brochuras, peças promocionais, etc. (Material de ponto de venda POP, displays e expositores. Inclui design de embalagens de produtos.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 15. Diseño (D)

D.3 - Melhor Design e Decoração de Eventos

Será tido em conta a decoração do espaço, o jogo de luz e a inerente criatividade que transforma (por exemplo) uma reunião com fins de trabalho e/ou comerciais num momento memorável para os participantes.



RUBRO 15. Diseño (D)

D.4- Projeto ambiental.

Design de ambientes e espaços criados tanto no ponto de venda quanto em estandes móveis, com objetivo de comunicação e experiência de marca (Espaços públicos, expositores, pontos de venda, grafismo estrutural, eventos, etc.).

RUBRO 16 · PRENSA & RRPP (RRPP)

Boas relações públicas é o que separa as empresas duradouras daquelas que têm sucesso em um curto período de tempo. Na realidade, relações públicas abrange muito mais, é uma grande “função empresarial” de gerir a comunicação entre a empresa e seus públicos “, que pode incluir seus clientes, fornecedores, parceiros e governo, para citar alguns.

Essa “gestão da comunicação” envolve o estudo das atitudes públicas das empresas e a formulação de políticas e estratégias que influenciem essas atitudes. O resultado final é a aceitação do público, que se traduz em uma melhor imagem para a empresa, maiores patrocínios e melhores benefícios.



RUBRO 16. Prensa y RRPP (RRPP)

RRPP.1 - Ações de Imprensa e Relações Públicas

Melhor Utilização de RP numa ação promocional – categorias: Todas / Prêmios que serão atribuídos às ações que melhor aproveitarem uma ação por parte da imprensa e posteriormente Em qualquer um dos meios tradicionais (TV, rádio, imprensa escrita) ou em o não tradicional (notícias na Web, blogs influentes, etc.).

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 16. Prensa y RRPP (RRPP)

PR.2 – MELHOR USO DE PR EM UMA AÇÃO PROMOCIONAL

Serão premiadas as campanhas que se destacarem em qualquer meio de Comunicação Tradicional ou não tradicional (blogs influentes e na web).

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 16. Prensa y RRPP (RRPP)

RRPP.3 - Influencers

Um influenciador é uma pessoa que tem a capacidade de influenciar uma comunidade. Estes são líderes de opinião e prescritores de marcas. Eles sempre existiram e são encontrados tanto no mundo offline quanto no online. Um jornalista, por exemplo, é um tipo de influenciador, embora nem todos sejam jornalistas. Alguns blogueiros, youtubers, instagramers, têm mais influência sobre o público-alvo do que a mídia tradicional.

A maioria dos influenciadores digitais escreve e publica conteúdo para a web, geralmente está ativa em mais de uma rede social e tem uma comunidade leal ao seu redor. Graças à democratização da era digital, você pode ser qualquer um que tenha um discurso sobre um tema que as pessoas seguem e confiam.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023

RUBRO 17 · MARKETING SOCIAL (MS) ESPECIAL DIGITAL Um sinal de evolução

O ser humano precisa se comunicar e viver em sociedade. Aquele que não é alheio à forma como nos comportamos nele. Por isso, ao longo da história da evolução humana, há aspectos que estão sendo mais cuidados.

Por isso, falamos de Marketing Social. Um tipo de marketing que costuma ter dois objetivos: por um lado, estão os desejos dos consumidores e, por outro, o serviço que presta às empresas.

O Marketing Social é o produto de uma evolução do conceito clássico de marketing que até poderia ser considerado um pouco obsoleto, pois o progresso e a transformação tecnológica e sua percepção inteligente permitem avaliar novos modelos que abrangem as necessidades de todos os atores. Não se trata mais de objetivos de curto prazo como antes, mas o paradigma da hora, é outro tipo de metas definidas a médio e longo prazo. A FIP tem o indisfarçável orgulho de apresentar: ITEM N° 17 - MARKETING SOCIAL: Um sinal de evolução



RUBRO 17. Marketing social (MS)

MS.1 - Responsabilidade Corporativa

O júri avaliará: Que um propósito social faz sentido. Isso atende as necessidades de um ambiente. E como um pensamento empresarial baseado principalmente na filosofia da utilidade econômica está inserido, além de ser útil, para quem o consome e o sustenta

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 17. Marketing social (MS)

MS.2 - Inovação Social.

A Inovação Social ganha cada vez mais importância nas políticas públicas: uma vez que os problemas atuais exigem líderes que intervenham com criatividade e inovação sustentáveis para o bem comum. O júri premiará os processos de difusão de práticas que gerem soluções para um problema social, incentivando novas formas de pensar mais eficazes e eficientes do que as existentes. Será avaliada a qualidade dos empreendimentos que promovem mudanças e transformam a realidade de forma original e inovadora que transformam o mundo em um lugar melhor para todos.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023



RUBRO 17. Marketing social (MS)

MS 3 - Ações de Marketing em Redes Sociais.

Esta categoria abordará a questão das redes sociais e a transformação que elas estão gerando na sociedade. Serão premiadas as ideias que se destacam pelo valor de gerar vínculos entre marcas e consumidores, assim como a forma como as redes podem ser um instrumento válido para outras necessidades de comunicação modernas. O júri analisará as diferentes candidaturas para os vários interesses. Os júris centrarão a sua qualificação na análise de estratégias de atuação online, na geração de espaços no Facebook, Twitter, etc., bem como na criação de “fanpages” e aplicações em outros meios como YouTube, Instagram e outros.

* CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL



RUBRO 17. Marketing social (MS)

MS.4 - Ações de Marketing Solidário

Serão premiados todos os tipos de atividades que estejam vinculadas a ações de bem público ou destinadas à arrecadação de recursos para entidades. Inclui programas de promoção e formação profissional e programas educativos, torneios civis ou militares com enfoque solidário, campanhas anti-drogas, campanhas de sensibilização sobre deficiência, igualdade de gênero e doação de órgãos.

RUBRO 18 · Ideias Internacionais (INT)

Esta categoria analisará e premiará aquelas ações que, originadas em um país, são desenvolvidas de forma idêntica em outras partes do mundo. Exemplo: Ideia original do Equador ou Argentina implementada na França ou Itália.

Muitos profissionais ibero-americanos são hoje líderes de importantes empresas internacionais e de lá trabalham para marcas mundiais de todos os tipos. Por sua vez, as agências latinas emprestam sua criatividade para campanhas globais ou diretamente para anunciantes em outras partes do planeta. A FIP oferece este prêmio para apoiar e estimular o talento regional, quando ele transcende o mundo. Podem participar peças, campanhas, casos ou ideias criadas por agências ou empresas ibero-americanas para o mundo onde a criatividade foi realizada por profissionais da região e suas ideias foram aplicadas a outros.



RUBRO 18. Ideias Internacionais (INT)

INT.1 Sucesso Internacional

Categoria que premiará as ideias que transcendem as fronteiras do País onde foram criadas e fazem sucesso em outras partes do mundo, premiará a Agência e o Diretor de Criação com troféus Ouro e Prata.

Há mais de cinco ou seis anos soam os ecos de uma revolução no mundo do marketing, ecos que, pouco a pouco, se tornaram tambores de guerra... dispositivos móveis !!!, Smartphones e Tablets, foram abrindo passo nas nossas vidas, no nosso dia-a-dia, para se afirmar definitivamente como o canal de comunicação indispensável cliente/ empresa e cliente/cliente, tornando-se quase uma extensão do ser humano, essencial e insubstituível... O júri da FIP terá especial atenção as chaves para atender às expectativas do usuário, a facilidade com que os dados são carregados e as oportunidades, desafios, aprendizado e futuro do e-commerce.

Bem-vindo então... ao Mobile Marketing!!



RUBRO 19. Mobile marketing

MO.1 - Sites móveis

Sites da Internet desenvolvidos para dispositivos móveis, incluindo sites de redes sociais, comércio online, notícias, etc. Isso inclui sites para dispositivos autônomos que são acessíveis apenas em um dispositivo móvel, bem como conteúdo de outros sites disponíveis em um dispositivo móvel e que você adaptou adequadamente.

RUBRO 20 · MARKETING DIRETO E PROGRAMAS DE FIDELIDADE (MD)

Definimos Marketing Direto como aquelas atividades estratégicas focadas em obter respostas positivas de um consumidor em potencial. Seja com a intenção de venda imediata, teste de um produto ou para fixar uma marca na memória e conseguir uma posterior resposta e posicionamento. As ferramentas que podem ser utilizadas são inúmeras e, auxiliadas pela tecnologia, crescem e se diversificam continuamente, buscando fundamentalmente estabelecer o hábito de consumo de um produto e de uma marca, de forma estendida ao longo do tempo.



RUBRO 20. Marketing direto e programas de fidelidade (MD)

MD.1 - Programas de fidelidade e incentivo ao consumidor, ideias de marketing de relacionamento e marketing de links

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2021 e 15 de agosto de 2023

RUBRO 21 • Novas categorias



RUBRO 21. Novas categorias

NC. 1 - Melhor Organização Regional de Turismo

Esta categoria solicita que as organizações que consideram oferecer serviços e programas de destaque apresentem uma descrição dos mesmos para ser avaliada por um júri de especialistas.



RUBRO 21. Novas categorias

NC 2 - Melhor Produtor de Eventos do Ano

Os especialistas no assunto devem apresentar seus currículos de formação com menção especial às marcas envolvidas em seus esforços.



RUBRO 21. Novas categorias

NC 3 - Impacto Ambiental Positivo - Marcas Registradas

Consiste em buscar as melhorias necessárias para evitar que os problemas ambientais atuais continuem se agravando. Assim como os seres humanos destruíram grande parte do ecossistema, eles também podem mitigar e melhorar a situação ambiental. Exemplos: reciclagem, tratamento adequado de resíduos, tratamento de águas residuais, utilização de energias renováveis, etc.



RUBRO 21. Novas categorias

NC4 - Impacto Social Positivo – Marcas

O impacto social positivo é uma mudança significativa que aborda um desafio social contínuo. Pode-se dizer que alcançá-la é resultado de um conjunto de ações com um objetivo nessa linha. Isso implica entender a existência da empresa em uma sociedade, que se origina no ser humano (fundadores e sócios), se desenvolve com o ser humano (equipe de trabalho) e gera riqueza com o ser humano (clientes); Por tudo isso, as empresas devem assumir uma responsabilidade integral com clientes, trabalhadores, fornecedores, comunidades, meio ambiente, governo, acionistas, com o país, entre outros.



RUBRO 21. Novas categorias

NC5 – Efeitos Especiais

Os efeitos especiais que a deslumbrante tecnologia que avança minuto a minuto pode oferecer hoje oferecem um amplo espectro de possibilidades que se ajustam às necessidades de corporações e empresas. Feixes de laser multicoloridos de alta e baixa potência, mapeamento, efeitos de fogo são exibidos em diferentes apresentações, sincronizados com música e operados com software especial; chuva de bolhas, neve, descargas de CO2, descargas de espuma, descargas de papel, serpentinas, máquinas que produzem aromas, máquinas que produzem vento; máquinas a gás que produzem chamas de fogo, são algumas das possibilidades de transformar um evento em espetáculo. E com isso criar sensações nos participantes, até que eles interajam. Aí vai funcionar a memória de quem foi impactado por aquelas ações e aí começa a funcionar o efeito extraordinário dessa notável ferramenta de marketing.



RUBRO 21. Novas categorias

NC 6- Melhor Site ou Portal Temático

Destinado a crianças, mulheres, saúde ou entretenimento. Inclui concursos e jogos online. Não exclui outras técnicas.



RUBRO 22. Desarrollo Sostenible

DS. 1 - SANEAMENTO URBANO E RURAL

Saneamento ambiental básico ou saneamento ambiental é o conjunto de ações técnicas e socioeconômicas de saúde pública que visam alcançar níveis crescentes de saúde ambiental. Inclui a gestão sanitária da água potável, das águas residuais e das descargas, dos resíduos sólidos, dos resíduos orgânicos como excrementos e restos alimentares, das emissões para a atmosfera e dos comportamentos higiênicos que reduzem os riscos para a saúde e previnem a contaminação. Sua finalidade é a promoção e melhoria das condições de vida urbana e rural e do meio ambiente que afetam os seres humanos.

O saneamento básico é um conjunto de ações que podem ser aplicadas ao meio ambiente para reduzir os riscos à saúde, prevenir a contaminação e, conseqüentemente, alcançar melhores níveis de saúde.

O saneamento básico inclui: O abastecimento de água para consumo humano. A gestão adequada e disposição final de águas residuais e excrementos.

O tratamento adequado e a destinação final dos resíduos sólidos urbanos.



RUBRO 22. Desarrollo Sostenible

DS. 2 - INOVAÇÃO INDUSTRIAL

Graças à inovação, os processos são aprimorados, novos produtos são criados, as empresas adquirem uma melhor organização e os resultados aumentam a riqueza e o bem-estar das empresas e das pessoas. Hoje, a inovação é uma necessidade constante

a aplicação de uma nova ideia até a sua transformação em produtos novos ou melhorados, que são introduzidos no mercado, ou até a sua transformação em

novos sistemas de produção, e na sua difusão, comercialização e uso

Este é um conceito que pode englobar várias ações e é por isso que se distinguem quatro tipos de inovação tecnológica: incremental, disruptiva, sustentável e radical.

REDE DO ANO

REDE DO ANO – INDEPENDENTES

Os prêmios “Rede do Ano” são os mais importantes atribuídos anualmente pela FIP. São dois prêmios e são atribuídos às redes internacionais e/ou independentes que obtenham, na soma dos pontos obtidos nas diferentes categorias, a pontuação máxima tendo em conta os prêmios da categoria obtidos. É concedido um troféu especial “rede internacional do ano”, que mencionará detalhadamente o nome da agência que mais pontos aporta de tudo o que a rede apresenta. O resto dos membros da rede recebem seus respectivos diplomas especiais. O FIP concede às redes independentes um prêmio especial, que implica na condição básica de 3 países participantes e um número não inferior a 10 inscrições inscritas.

REDES INDEPENDENTES SÃO COMPREENDIDAS NÃO ASSOCIADAS A REDES GLOBAIS

REDE DO ANO – MUNDIAL

Os prêmios “Rede do Ano” são os mais importantes atribuídos anualmente pela FIP. São dois prêmios e são atribuídos às redes internacionais e/ou independentes que obtiverem, na soma dos pontos obtidos nas diferentes categorias, a pontuação mais elevada.

É concedido um troféu especial “Rede Internacional do Ano”, que mencionará detalhadamente o nome da agência que mais pontos aportar de tudo o que a rede apresenta. O resto dos membros da rede recebem seus respectivos diplomas especiais. A FIP está a oferecer às redes internacionais espalhadas pelo mundo um prêmio especial pela sua natureza, o que implica a condição básica de 5 países participantes e um número não inferior a 20 candidaturas apresentadas no total.