

FIAP
2 0 2 6

SÉ PARTE
DEL LEGADO
CREATIVO

INFORMACIÓN GENERAL, BASES Y CONDICIONES



FIAPAWARDS



FIAPAWARDS



FIAP_

fiapawards.com

POWERED BY

PRODU

EL PREMIO	03
FECHAS CLAVE	04
PARTICIPANTES	05
DISCIPLINAS Y COSTOS	06 - 11
F - FORMATOS	07
I - INNOVACIÓN	08
A - ANUNCIOS	09
P - PRODUCCIÓN	11

ESTIPULACIONES ESPECIALES SOBRE COSTOS	12
¿CÓMO PARTICIPAR?	13
REQUISITOS	14
REGLAMENTO	15
PREMIOS Y DISTINCIONES	18
EL JURADO	23
CRITERIOS DE VOTACIÓN Y EVALUACIÓN	24
SELECCIÓN DE GRUPOS Y VOTACIÓN	25

El FIAP, festival que durante 57 años ha reconocido la creatividad en todos los formatos publicitarios de Iberoamérica, continúa su trayectoria basada en la excelencia y la innovación.

En sociedad con PRODU, el proveedor líder de información de la industria del entretenimiento, la publicidad y la tecnología de habla hispana, buscan reconocer la excelencia en ideas que transforman, inspiran, elevan y apasionan audiencias. Las disciplinas del Festival 2026 son: **Formatos, Innovación, Anuncios y Producción.**

Esta división refleja el cambio que evidencia la industria; particularmente en la relación con marcas, agencias, medios, producción y distribución de acuerdo con la realidad que viven las audiencias, la comunicación, el entretenimiento y la tecnología.

A esto se suma la apuesta año a año por un jurado de gran prestigio nacional e internacional, con profesionales de inmensa trayectoria y un método incuestionable de evaluación.

FECHAS CLAVE 2026

ABRIL

INICIO DE INSCRIPCIONES
EARLY BIRD
CIERRE DE *EARLY BIRD*

JULIO

CIERRE DE
INSCRIPCIONES

AGO/SEP

VOTACIONES

OCT/NOV

GALA VIRTUAL
GALA PRESENCIAL

Fechas tentativas y sujetas a cambios por los organizadores

La premiación presencial se realiza en el marco del Advertising Week LATAM 2026 en CDMX

FIAP Face to Face Webinar durante todo el año cada 15 días

Anunciantes

Agencias de publicidad

Agencias digitales

Creativos publicitarios

Consultoras

Centrales de medios

Diseñadores

Directores

Estudios creativos

Estudiantes

Empresas de comunicación

Empresas de posproducción

Empresas de tecnología

Fotógrafos

Ilustradores

Medios de comunicación

Productoras

Productoras de música publicitaria

F *FORMATOS*

I *INNOVACIÓN*

A *ANUNCIOS*

P *PRODUCCIÓN*

FORMATOS - TV ABIERTA, PAGA Y DIGITAL		COSTOS	FORMATOS - TV ABIERTA, PAGA Y DIGITAL		COSTOS
<ul style="list-style-type: none">• <i>BRANDED CONTENT</i> - PROGRAMA ENTRETENIMIENTO• <i>BRANDED CONTENT</i> - PROGRAMA DE FICCIÓN• <i>BRANDED CONTENT</i> INTEGRADO A OTRAS PLATAFORMAS• <i>OWN MEDIA</i> - VIDEO PLATAFORMA - VIDEO• <i>OWN MEDIA</i> - VIDEO PLATAFORMA - AUDIO• <i>PRODUCT PLACEMENT</i> - ENTRETENIMIENTO• <i>PRODUCT PLACEMENT</i> - FICCIÓN• MEJOR ESTRATEGIA DE LANZAMIENTO DE PROGRAMA• CONTENIDO CON MEJOR ESTRATEGIA DIGITAL		US\$499	<ul style="list-style-type: none">• DESARROLLO TECNOLÓGICO• <i>ADVERGAMING</i>• <i>SOCIAL CONTENT</i>• VÍA PÚBLICA• MEJOR USO DE <i>AMBIENT MEDIA</i>• MEJOR USO DE <i>INFLUENCER</i> EN CUALQUIER PLATAFORMA		US\$499
			ESTUDIANTES		US\$99
			• MEDIOS INTEGRADOS/CONTENIDO360		US\$849
			• <i>ONLINE VIDEO</i>		US\$499
		US\$699	• SALUD		US\$200
		US\$499	• <i>BUSINESS TO BUSINESS CHANNEL</i> O <i>PARTNER MARKETING</i> - B2B		US\$499
<ul style="list-style-type: none">• CORTOS• MEJOR CAMPAÑA DE SOSTENIBILIDAD• <i>LIVE EXPERIENCE</i>• <i>MUSIC CONTENT</i>• USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL			• <i>PODCAST</i>		\$399.00
			• EVENTO EN VIVO O HÍBRIDO		

INNOVACIÓN		COSTOS	
<ul style="list-style-type: none"> • INNOVACIÓN EN TELEVISIÓN • INNOVACIÓN EN MEDIOS IMPRESOS • INNOVACIÓN EN RADIO • INNOVACIÓN EN <i>OUTDOOR</i>/VÍA PÚBLICA/AMBIENT • INNOVACIÓN EN PLATAFORMAS DIGITALES • INNOVACIÓN EN EVENTOS/EXPERIENCIAS • INNOVACIÓN EN TECNOLOGÍA • INNOVACIÓN EN <i>GAMING</i> Y ENTRETENIMIENTO • INNOVACIÓN EN <i>MOBILE</i> • INNOVACIÓN EN REDES SOCIALES • USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL 	US\$499	<ul style="list-style-type: none"> • INNOVACIÓN EN PRODUCCIÓN • INNOVACIÓN EN ACTIVACIONES • INNOVACIÓN EN <i>MARKETING</i> DIRECTO • INNOVACIÓN EN PR • INNOVACIÓN EN CAMPAÑAS SOBRE SOSTENIBILIDAD • INNOVACIÓN EN MÚSICA • ESTUDIANTES • SALUD • <i>ONLINE</i> VIDEO • <i>NEW BUSINESS</i>/NUEVOS NEGOCIOS • NFTS • EXPERIENCIA DE PODCAST INTERACTIVO • MEJOR EXPERIENCIA INTERACTIVA Y CREATIVA EN EVENTO 	US\$499
	US\$349		US\$349
	US\$499		
	US\$349		
	US\$499		US\$99
	US\$499		US\$200
	US\$349		US\$499
	US\$499		US\$399

ANUNCIOS

COSTOS

- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - ALIMENTOS / COMIDAS / BEBIDAS ALCOHÓLICAS / NO ALCOHÓLICAS
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - HIGIENE DOMÉSTICA, PERSONAL / BELLEZA / COSMÉTICA / PERFUMERÍA / ARTÍCULOS MEDICINALES Y FARMACÉUTICOS
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - ELECTRODOMÉSTICOS / MUEBLES / ELECTRÓNICA / COMPUTACIÓN / AUDIO / VIDEO
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - VESTIMENTA / TEXTILES
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - AUTOMÓVILES
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - BANCOS / FINANCIERAS
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - BIEN PÚBLICO
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - IMAGEN CORPORATIVA
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - NEGOCIOS AL PÚBLICO
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - MEDIOS DE COMUNICACIÓN / PUBLICACIONES
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - RECREACIÓN / PLACER / TIEMPO LIBRE / TRANSPORTE / VIAJES / TURISMO
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - SERVICIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - CAMPAÑAS (PRODUCTOS / SERVICIOS / CORPORATIVAS)
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - CAMPAÑAS BIEN PÚBLICO
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - VARIOS
- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - MEJOR MÚSICA INCIDENTAL / MEJOR CANCIÓN
- ORIGINAL / MEJOR DIRECCIÓN MUSICAL

US\$499

ANUNCIOS

COSTOS

- TELEVISIÓN / CINE / DIGITAL - BAJO PRESUPUESTO
- GRÁFICA - ALIMENTOS / COMIDAS / BEBIDAS ALCOHÓLICAS / NO ALCOHÓLICAS
- GRÁFICA - HIGIENE DOMÉSTICA, PERSONAL / BELLEZA / COSMÉTICA / PERFUMERÍA / ARTÍCULOS MEDICINALES Y FARMACÉUTICOS
- GRÁFICA - ELECTRODOMÉSTICOS / MUEBLES / ELECTRÓNICA / COMPUTACIÓN / AUDIO / VIDEO
- GRÁFICA - VESTIMENTA / TEXTILES
- GRÁFICA - AUTOMÓVILES
- GRÁFICA - BANCOS / FINANCIERAS
- GRÁFICA - BIEN PÚBLICO
- GRÁFICA - IMAGEN CORPORATIVA
- GRÁFICA - NEGOCIOS AL PÚBLICO
- GRÁFICA - MEDIOS DE COMUNICACIÓN / PUBLICACIONES
- GRÁFICA - RECREACIÓN / PLACER / TIEMPO LIBRE / TRANSPORTE / VIAJES / TURISMO
- GRÁFICA - SERVICIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS
- GRÁFICA - CAMPAÑAS (PRODUCTOS / SERVICIOS / CORPORATIVAS)
- GRÁFICA - CAMPAÑAS BIEN PÚBLICO
- GRÁFICA - VARIOS

US\$499

ANUNCIOS	COSTOS
• RADIO - ALIMENTOS / COMIDAS / BEBIDAS ALCOHÓLICAS / NO ALCOHÓLICAS	US\$499
• RADIO - HIGIENE DOMÉSTICA, PERSONAL / BELLEZA / COSMÉTICA / PERFUMERÍA / ARTÍCULOS MEDICINALES Y FARMACÉUTICOS	US\$399
• RADIO - ELECTRODOMÉSTICOS / MUEBLES / ELECTRÓNICA / COMPUTACIÓN / AUDIO / VIDEO	
• RADIO - VESTIMENTA / TEXTILES	
• RADIO - AUTOMÓVILES	
• RADIO - BANCOS / FINANCIERAS	
• RADIO - BIEN PÚBLICO	
• RADIO - IMAGEN CORPORATIVA	
• RADIO - NEGOCIOS AL PÚBLICO	
• RADIO - MEDIOS DE COMUNICACIÓN / PUBLICACIONES	
• RADIO - RECREACIÓN / PLACER / TIEMPO LIBRE / TRANSPORTE / VIAJES / TURISMO	
• RADIO - SERVICIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS	
• RADIO - CAMPAÑAS (PRODUCTOS / SERVICIOS / CORPORATIVAS)	
• RADIO - CAMPAÑAS BIEN PÚBLICO	
• RADIO - VARIOS	
• RADIO - <i>JINGLES</i> / MÚSICA ORIGINAL / AUDIO LOGO / MEJOR <i>SOUND EFFECT</i>	

ANUNCIOS	COSTOS
• VÍA PÚBLICA - INSTITUCIONAL	US\$499
• VÍA PÚBLICA - PRODUCTOS	US\$849
• VÍA PÚBLICA - SERVICIOS	
• VÍA PÚBLICA - CAMPAÑAS	US\$499
• CAMPAÑAS INTEGRALES	
• CREATIVIDAD EFECTIVA - BIEN PÚBLICO	US\$399
• CREATIVIDAD EFECTIVA - APOORTE CULTURAL Y/O MULTICULTURAL	
• MEJOR USO DE LA CULTURA LOCAL	
• MEJOR CONCEPTO	US\$499
• MEJOR DISEÑO	
• NUEVOS NEGOCIOS	US\$99
• TRANSFORMACIÓN SOCIAL	US\$200
• MEJOR ESTRATEGIA / PLANEACIÓN	US\$499
• ESTUDIANTES	US\$399
• SALUD	
• NEW BUSINESS	US\$499
• USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL	
• MEJOR INTEGRACIÓN DE MARCA EN <i>PODCAST</i>	US\$399
• USO CREATIVO DEL ESPACIO EN PUBLICIDAD DE EVENTOS	

11

TARIFAS

HASTA EL
26 de mayo
***EARLY
BIRD***

DESDE EL
27 de mayo hasta el 30 de junio
**TARIFA
PLENA**

- El material debe haber sido enviado y abonado antes del cierre de las inscripciones.
- FIAP tiene el derecho de excluir el material en caso de falta de pago.
- FIAP es marca registrada. Todos los derechos reservados.

1

Ingresa a
www.fiapawards.com,
sección **PARTICIPA YA**.
Sigue las instrucciones y
comienza a completar
tus inscripciones

2

Opción concierge. El
equipo FIAP te asistirá
con tus inscripciones
(solo aplica para
empresas con 10 o más
inscripciones)

Escribe a **info@fiapawards.com** para solicitar asistencia

Todas las Inscripciones de **FORMATOS, INNOVACIÓN, ANUNCIOS y PRODUCCIÓN** deben proporcionar los siguientes elementos:

- Un video de la campaña completa, presentación del caso o ambos (máximo tres minutos, .mp4 y 1920x1080px - Formato OBLIGATORIO).
- Adicional al video del caso (2 minutos aprox.), se deberá incluir el video de la campaña por separado (30, 15 ó 10 segundos aprox.). Ambos videos son OBLIGATORIOS.
- Una o varias fotografías (3500 a 2193px - Formato OBLIGATORIO).
- Los archivos que integren una campaña (cuatro máximo) deben enviarse separadamente.
- Para facilitar la tarea de los jurados, se recomienda a los participantes de Brasil y Portugal subtítular al español.
- El correo para registrarse e inscribirse debe ser empresarial: nombre@empresa.com, adicional incluir un correo de respaldo (también empresarial), para ser usado en caso de no poder ubicarlos a través del primer correo.
- El material concursante no puede haber competido en una edición anterior de FIAP, a menos de que sea en categorías y/o disciplinas distintas.
- No se aceptarán inscripciones sin los elementos de apoyo precisos y no se devolverá la tarifa de inscripción.
- La calidad técnica de los archivos enviados es responsabilidad de los participantes. FIAP no está obligado a controlar la calidad de origen de los archivos enviados; sin perjuicio de ello, realizará esfuerzos razonables para chequear y clasificarlo archivos cuando hayan sido enviado dentro de los plazos de inscripción originalmente establecidos.

Un año más el FIAP presenta un método de evaluación que realza el valor de los premios locales y reconoce al trabajo que desempeñan los Círculos Creativos y Asociaciones Publicitarias de Agencias en cada uno de sus países.

Los ganadores de oro, plata y bronce de los premios locales de Iberoamérica ingresarán directamente como finalistas en el shortlist de FIAP, teniendo en cuenta el filtro exigente que atravesaron en sus respectivos países y que se hayan inscrito en el FIAP 2026.

Se realizan dos rondas de juzgamiento:

Una primera ronda que seleccionará el shortlist, que será juzgada en forma remota mediante una poderosa plataforma de votación por un prestigioso jurado de más de 200 creativos, ejecutivos de publicidad, medios y productores de toda la región







La segunda ronda de este shortlist será evaluada por un jurado internacional de 32 prestigiosos profesionales para encontrar los oros, platas, bronces y Grand Prix

- Todo participante, por el acto de inscribir, declara conocer y aceptar las condiciones y requerimientos del presente reglamento. La sola inscripción en el FIAP implica la aceptación de su reglamento, de la autoridad de los organizadores y la de los jurados
- Concurra el material inscrito por los participantes antes de la fecha de cierre informada por FIAP y que no haya sido excluido por FIAP por incumplimiento del presente reglamento
- El material concursante no puede haber competido en una edición anterior de FIAP
- La participación debe estar autorizada por la empresa creadora del material o por su anunciante

- Al inscribirse, el participante autoriza a FIAP o PRODU el uso de marcas, promociones, productos, protagonistas, personajes animados y reproducciones fotográficas. Los logos, los formatos, toda imagen y diseño, derivados de nombre, marca, logo, eslogan, diseño, rótulos de establecimientos y demás características de imagen y comerciales se incluyen en esta autorización, que deberá interpretarse en sentido amplio.
- Todo el material participante se incorpora al archivo de FIAP y PRODU para sus fines y objetivos.
- FIAP y PRODU podrán utilizar el material inscrito con diversos fines, como promoción y difusión; presentaciones en instituciones educativas, grupos empresariales, profesionales de la comunicación y público en general; así mismo, ejerce el derecho de publicar las premiaciones en medios públicos y privados.
- El participante mantendrá indemne al FIAP y PRODU ante cualquier acción legal o reclamo que surja de la promoción, exhibición y/o uso del material inscrito, siendo de su exclusiva responsabilidad todo conflicto emergente
- Los ganadores se comprometen a utilizar en su promoción o publicidad la correcta denominación del premio recibido.
- Los ganadores podrán incorporar en su página principal el logotipo del festival acreditando el premio obtenido, con un link al website del FIAP www.fiapawards.com
- El material inscrito debe cumplir con las normas y los códigos de ética determinados por los organismos calificadores de la actividad.
- En el caso de piezas que conformen una campaña, deben inscribirse individualmente y abonar el arancel correspondiente por cada anuncio.
- FIAP podrá evaluar la admisión de otros premios ofrecidos por gobiernos, instituciones, empresas y/o entidades nacionales e internacionales.
- Cuando el ganador no asista de forma presencial a la entrega de premios, el envío de la estatuilla corre por su cuenta.
- Si el ganador quisiera realizar una réplica de la estatuilla de oro, se le enviarán los costos correspondientes.

- El titular del premio es quien haya realizado la inscripción al festival.
- FIAP se reserva el derecho de admisión, así como también de la interpretación y aplicación de los códigos de ética vigentes y sus normas respectivas .
- La presente lista no agota otras distinciones y premios de FIAP.
- El material participante debe ajustarse a los requerimientos de envío que correspondan.
- La información suministrada por el participante debe ser real y veraz; cualquier falsedad provocará su automática descalificación.
- Si existiera una denuncia fundamentada referente a alguna inscripción, FIAP podrá requerir al responsable su descargo. Hasta tanto surja una aclaración o resolución, su participación o premiación podrá quedar suspendida.
- No se aceptan empates en los primeros premios. Tampoco se acepta premiar de manera individual piezas que estén compitiendo en las categorías Campañas, ni otorgar un premio individual agrupando piezas que estén compitiendo en esa condición.
- Tomando como base la puntuación que arroja el sistema tras la segunda ronda de evaluación, solo se permitirá elevar la categoría de metales a aquellas piezas que hayan logrado mínimo 6,5 puntos. Si, en cambio, en las salas cerradas de deliberación, el jurado de metales y sus presidentes consideran que se debe disminuir la pieza en cuanto al metal obtenido originalmente, esto solo será posible para aquellas que hayan obtenido máximo 6,5 puntos. No se podrá cambiar el resultado de Bronce a Oro o viceversa: las piezas solo pueden ascender o descender en referencia al metal que le sigue o precede inmediatamente.
- Una vez en shortlist (o a pesar de haber llegado a shortlist) las categorías podrán quedar desiertas de metales.
- Toda consideración no prevista en el presente reglamento será resuelta por FIAP y su decisión es inapelable.
- Cualquier controversia surgida con motivo o como consecuencia de este reglamento, incluida toda cuestión relativa a su validez total o parcial, interpretación, alcances, cumplimiento, ejecución, extinción; se someterá y será finalmente resuelta mediante arbitraje de derecho administrado por un árbitro designado por FIAP.

PREMIOS

-  Soles de Oro, Plata y Bronce para cada categoría
-  Sol de Oro (trofeo) único, sin empate
-  Sol de Plata (diploma digital), dos por categoría como máximo
-  Sol de Bronce (diploma digital), tres por categoría como máximo
-  PREMIOS Y DISTINCIONES Premio País (trofeo) único, sin empate, es otorgado a la agencia de cada país que más puntos haya obtenido en la premiación total
-  Gran Sol de Iberoamérica (trofeo) único, sin empate, para cada disciplina

AGENCIA / PRODUCTORA / ANUNCIANTE / RED DEL AÑO / AGENCIA INDEPENDIENTE

Serán distinguidas anualmente aquellas empresas y/o redes, en su caso, que acrediten la mayor cantidad de puntos, de acuerdo a la siguiente escala:

Gran Sol de Iberoamérica.....	10 puntos
Sol de Oro.....	7 puntos
Sol de Plata.....	5 puntos
Sol de Bronce.....	3 puntos
Finalistas (que no obtenga Sol).....	1 punto

- En la selección de Agencia del año y Productora del año, solo se acreditarán los puntajes a la empresa responsable de la inscripción.
- Para determinar la Red del Año se suman los puntos obtenidos por las diferentes filiales o representaciones que integran una misma Red; el premio será entregado al Director Creativo Regional de la Red, en el encuentro de clausura del festival.
- El Premio País no suma puntos.

PREMIOS LOCALES Y ALIANZAS

Los miembros de Círculos Creativos y Asociaciones de Agencias de las región que inscriban piezas ganadoras de metales en **FIAP 2026**, tienen el beneficio de pasar directamente al *shortlist*.

Estos son los premios locales con los cuales **FIAP** tiene alianzas:

Addys (EE UU hispano)
c de c, Club de Creatividad (España)
Cima (Venezuela)
Círculo de Oro (México)
Cúspide (Puerto Rico)
Desachate (Uruguay)
FePI (Argentina)
Festival CCP (Portugal)
La Vara (República Dominicana)
WSA (Brasil)
AMAPRO (México)

Festival Volcán (Costa Rica)
Festival de Antigua (Guatemala)
IAB Mixx (Chile)
IAB Mixx (Colombia)
IAB Mixx (México)
Lápiz Creativo (EE UU)
LUX Awards (Ecuador)
Premio Ideas (Perú)
Premio Locoto (Bolivia)
Premios PRODU (Iberoamérica)
SmartFilms (Colombia)

Escribe a info@fiapawards.com para consultar beneficios adicionales.

OTRAS CONDICIONES

- La presente lista no agota otras distinciones y premios de FIAP
- Los jurados podrán instituir menciones de honor en las disciplinas y/o categorías que lo ameriten
- El titular del premio es quien haya realizado la inscripción al festival PREMIOS Y DISTINCIONES
- FIAP podrá evaluar la admisión de otros premios ofrecidos por gobiernos, instituciones, empresas y/o entidades nacionales e inter nacionales

ESTUDIANTES CREATIVOS

- Los estudiantes de Publicidad, Comunicación Social, Diseño Gráfico o carrera afín, participan con sus propuestas creativas en las disciplinas en que aparece la categoría PREMIOS Y DISTINCIONES
- En el caso de piezas que conformen una campaña, deben inscribirse individualmente y abonar el arancel correspondiente por cada anuncio
- Con referencia a trabajos prácticos, los mismos tienen que haber sido realizados exclusivamente para la respectiva casa de estudio (si fueron publicados no deben pertenecer a agencia de publicidad, estudio de comunicación, productora o entidad privada de comunicación)
- El material participante debe ajustarse a los requerimientos de envío que correspondan

OBJETIVOS, JURAMENTO Y DEBERES

- El objetivo de los FIAP es crear un foro saludable, donde los jugadores líderes de la industria y sus trabajos sean evaluados objetivamente por otros colegas, logrando así el máximo reconocimiento de excelencia en EL JURADO
- El objetivo del jurado es reconocer la excelencia en el trabajo realizado en los países de Latinoamérica, EE UU hispano, España y Portugal
- El jurado toma el compromiso de votar objetivamente, poniendo la calidad del trabajo antes que cualquier interés personal, de la empresa o financiero
- El jurado tiene el deber de evaluar a fondo cada nominación

El jurado evaluará de acuerdo a los siguientes criterios para definir la excelencia:

- Originalidad
- Creatividad
- Ejecución
- Logros

- Se han introducido dos rondas de evaluación para descubrir los oros, platas, bronces y Gran Sol de Iberoamérica de una primera lista de finalistas
- Los presidentes de los jurados son designados por FIAP
- La organización del jurado se establece sobre la base de los premios creativos, cargos regionales y logros alcanzados. Solo cuatro presidentes de jurados tendrán la posición de guiar a los jurados de metales en la evaluación, un total de 32 jurados, 8 por disciplina, compuesto por las principales marcas de la región y creativos más premiados nacional e internacionalmente de Iberoamérica, quienes tendrán la tarea de seleccionar el rumbo de la industria durante sus intensas jornadas de deliberación
- Más de 200 jurados de shortlist entre medios, productores, anunciantes y creativos de la región, tendrán la tarea central de filtrar todos los trabajos inscritos en el FIAP seleccionando a los finalistas

**SÉ
PARTE
DEL
LEGADO
CREA
TIVO**

FIAP
2 0 2 6

**INFORMACIÓN
GENERAL, BASES Y
CONDICIONES**



FIAPAWARDS



FIAPAWARDS



FIAP_

fiapawards.com

POWERED BY

PRODU