

INTERNATIONAL  
AWARD

THINK  
PLASTIC  
THINK  
BRAZIL

# REGULAMENTO



COM O PROPÓSITO DE RECONHECER O MÉRITO E ESTIMULAR A DIVULGAÇÃO  
DOS RESULTADOS DA INDÚSTRIA BRASILEIRA DE PLÁSTICOS TRANSFORMADOS  
EM SEU ÂMBITO EXPORTADOR, O PORTFÓLIO THINK PLASTIC BRAZIL INSTITUI A  
5ª. EDIÇÃO DO WORLD PLASTIC CONNECTION AWARD – 2026

# ÍNDICE

|                                                                                                              |          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| <b>1. INTRODUÇÃO E CATEGORIAS .....</b>                                                                      | <b>5</b> |
| 1.1. CATEGORIAS.....                                                                                         | 5        |
| <b>2. PARTICIPAÇÃO NO WORLD PLASTIC CONNECTION AWARD .....</b>                                               | <b>5</b> |
| 2.1. DOS CRITÉRIOS DE PARTICIPAÇÃO .....                                                                     | 5        |
| 2.1.1. Categorias e valores de inscrição .....                                                               | 5        |
| 2.1.2. Identificação das categorias a que concorrerá .....                                                   | 6        |
| 2.1.3. Falhas no preenchimento das fichas de inscrição.....                                                  | 6        |
| 2.1.4. Disputa por categoria ou nível de maturidade.....                                                     | 6        |
| 2.1.5. Avanço no nível no processo de internacionalização das empresas associadas.....                       | 6        |
| 2.1.6. Rebaixamento de nível de maturidade do processo de internacionalização de<br>empresas associadas..... | 6        |
| 2.1.6.1. Após a avaliação do nível de maturidade .....                                                       | 6        |
| 2.1.6.2. Para fins desta premiação .....                                                                     | 7        |
| 2.2. DOS PASSOS DE INSCRIÇÃO .....                                                                           | 7        |
| 2.2.1. Preencher ficha de inscrição.....                                                                     | 7        |
| 2.2.1.1. Prazo de inscrição .....                                                                            | 7        |
| 2.2.1.2. Documentos solicitados .....                                                                        | 7        |
| 2.2.1.2.1. Business Case .....                                                                               | 8        |
| 2.3. CATEGORIAS E CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO.....                                                                | 8        |
| 2.3.1. World Plastic Business Case Award .....                                                               | 8        |
| 2.3.1.1. Temas .....                                                                                         | 8        |
| 2.3.1.2. Da equipe julgadora .....                                                                           | 10       |
| 2.3.1.3. Das decisões.....                                                                                   | 10       |
| 2.3.1.4. Avaliação.....                                                                                      | 10       |
| 2.3.1.5. Critérios a serem analisados .....                                                                  | 10       |
| 2.3.1.5.1. Empresa vencedora.....                                                                            | 11       |

|                                                                  |           |
|------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.3.1.5.2. Em caso de empate.....                                | 11        |
| 2.3.2. World Plastic Development Award .....                     | 11        |
| 2.3.2.1. Avaliação.....                                          | 11        |
| 2.3.2.1.1. Não exportadora para iniciante .....                  | 12        |
| 2.3.2.1.2. Iniciante para intermediária.....                     | 12        |
| 2.3.2.1.3. Intermediária para experiente .....                   | 12        |
| 2.3.2.1.4. Experiente para Internacionalizada .....              | 13        |
| 2.3.2.1.5. Desempenho da empresa internacionalizada .....        | 13        |
| 2.3.2.1.6. Em caso de empate.....                                | 13        |
| 2.3.3. World Plastic Global Design Award .....                   | 13        |
| 2.3.3.1. O que o prêmio valoriza.....                            | 13        |
| 2.3.3.2. Objetivo da categoria.....                              | 14        |
| 2.3.3.3. Quem pode participar .....                              | 14        |
| 2.3.3.4. Inscrição.....                                          | 14        |
| 2.3.3.5. Critérios de avaliação.....                             | 15        |
| 2.3.3.5.1. Explicação detalhada dos critérios de avaliação ..... | 15        |
| 2.3.3.6. Resultado e premiação .....                             | 16        |
| 2.3.3.7. Disposições finais.....                                 | 16        |
| <b>3. ANEXO I - CRITÉRIO DE DESEMPATE .....</b>                  | <b>17</b> |
| <b>4. ANEXO II - MODELO DE BUSINESS CASE.....</b>                | <b>19</b> |

## 1. INTRODUÇÃO E CATEGORIAS

Para reconhecer o mérito e estimular a divulgação dos resultados da indústria brasileira de plásticos transformados no âmbito exportador, o Portfólio Think Plastic Brazil, coordenado pelo Instituto Nacional do Plástico (INP) em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), institui a 5ª Edição do World Plastic Connection Award – 2026.

### 1.1. CATEGORIAS

- **WORLD PLASTIC BUSINESS CASE AWARD**
- **WORLD PLASTIC DEVELOPMENT AWARD**
- **WORLD PLASTIC GLOBAL DESIGN AWARD**

## 2. PARTICIPAÇÃO NO WORLD PLASTIC CONNECTION AWARD

A participação no World Plastic Connection Award está aberta tanto para empresas associadas ao Portfólio Think Plastic Brazil quanto para empresas não associadas. Cada taxa de inscrição paga corresponde à inscrição de um produto ou case de sucesso na edição 2026 do prêmio.

### 2.1. DOS CRITÉRIOS DE PARTICIPAÇÃO

#### 2.1.1. Categorias e valores de inscrição

A categoria denominada *World Plastic Development Award* é exclusiva para empresas associadas ao Portfólio Think Plastic Brazil e não requer pagamento de taxa, sendo gratuita para essas empresas.

As demais inscrições seguem um calendário de valores por lote, definido conforme o momento da inscrição, com distinção de valores entre empresas associadas e não associadas ao Portfólio Think Plastic Brazil:

**Tabela de Valores de Inscrição – World Plastic Connection Award 2026**

| PERÍODO DE INSCRIÇÃO          | PERFIL DA EMPRESA                     | VALOR POR INSCRIÇÃO |
|-------------------------------|---------------------------------------|---------------------|
| <b>Inscrições Antecipadas</b> | Associado ao Think Plastic Brazil     | R\$ 250,00          |
| (02/03/2026 a 29/05/2026)     | Não associado ao Think Plastic Brazil | R\$ 500,00          |
|                               |                                       |                     |
| <b>1º Lote de Inscrições</b>  | Associado ao Think Plastic Brazil     | R\$ 350,00          |
| (01/06/2026 a 30/06/2026)     | Não associado ao Think Plastic Brazil | R\$ 600,00          |
|                               |                                       |                     |
| <b>2º Lote de Inscrições</b>  | Associado ao Think Plastic Brazil     | R\$ 550,00          |
| (01/07/2026 a 14/08/2026)     | Não associado ao Think Plastic Brazil | R\$ 850,00          |

Essa estrutura de valores por período de inscrição visa proporcionar condições diferenciadas que incentivem a participação antecipada, refletindo práticas de custo e planejamento observadas em premiações do setor.

#### 2.1.2. Identificação das categorias a que concorrerá

Cada empresa participante poderá concorrer em uma ou mais categorias do World Plastic Connection Award, bem como inscrever quantos produtos e cases de sucesso desejar, observando que cada produto ou case inscrito corresponderá ao pagamento de uma taxa de inscrição, conforme os valores definidos no período vigente.

Essa regra assegura igualdade de participação entre as empresas e transparência no processo de inscrição, permitindo ampla representatividade de projetos e iniciativas no prêmio.

#### 2.1.3. Falhas no preenchimento das fichas de inscrição

O Think Plastic Brazil, seus apoiadores e jurados deste concurso não se responsabilizam por falhas no preenchimento das fichas de inscrição, entre elas, informações incorretas, inverídicas e/ou problemas de envio de arquivos.

#### 2.1.4. Disputa por categoria ou nível de maturidade

Os prêmios serão disputados pelas empresas de mesmo nível de categoria de maturidade exportadora (iniciante, madura e expert) em que atualmente se encontram. Para empresas, exclusivamente associadas, que participarem da premiação **WORLD PLASTIC DEVELOPMENT AWARD**, caso após o preenchimento da ficha de avaliação a empresa tenha avançado em seu nível de maturidade exportadora, ela será automaticamente reenquadrada no nível superior, porém, continuará a disputa no nível para o qual se inscreveu. O novo nível valerá tanto como base para a próxima edição do World Plastic Connection Award como para enquadramento associativo. A empresa que for reenquadrada no nível superior receberá um e-mail informando sobre sua nova categoria e, a partir de outubro de cada ano, receberá o valor do boleto atualizado.

#### 2.1.5. Avanço do nível no processo de internacionalização das empresas associadas

Quando uma empresa associada alcançar um novo estágio em seu nível de maturidade, ela será automaticamente reenquadrada na categoria correspondente ao novo nível, passando de Iniciante para Madura ou de Madura para Expert, conforme o caso.

Esse reenquadramento reflete o progresso concreto da empresa em seu processo de internacionalização, servindo como evidência do fortalecimento individual e coletivo do setor. A evolução das empresas associadas representa, assim, um indicador do amadurecimento contínuo do Portfólio Think Plastic Brazil no cenário global.

#### 2.1.6. Rebaixamento de nível de maturidade do processo de internacionalização de empresas associadas

##### 2.1.6.1. Após a avaliação do nível de maturidade

Não serão permitidas diminuições de níveis. Caso sejam identificadas discordâncias no atual nível exportador da empresa, será de sua responsabilidade ajustar os pontos díspares.

#### 2.1.6.2. Para fins desta premiação

Independentemente da avaliação de nível de maturidade exportadora, a empresa participará da disputa dentro de sua classificação atual.

### 2.2. DOS PASSOS DE INSCRIÇÃO

#### 2.2.1. Preencher ficha de inscrição

As empresas interessadas em participar do WORLD PLASTIC CONNECTION AWARD 2026 devem preencher a ficha de inscrição por meio do link: <https://worldplasticconnection-summit.com/inscricao-awards-2026/>

##### 2.2.1.1. Prazo de inscrição

|                               |
|-------------------------------|
| <b>Período de Inscrição</b>   |
| <b>Inscrições Antecipadas</b> |
| (02/03/2026 a 29/05/2026)     |
| <b>1º Lote de Inscrições</b>  |
| (01/06/2026 a 30/06/2026)     |
| <b>2º Lote de Inscrições</b>  |
| (01/07/2026 a 14/08/2026)     |

##### 2.2.1.2. Documentos solicitados

- Os documentos solicitados devem ser anexados no site nos formatos JPEG, PNG, Docs ou XLSX.
- Todos os documentos incluídos na ficha de inscrição devem estar completamente legíveis.
- Até 4 imagens em alta resolução e que destaque(m) os principais diferenciais do produto ou embalagem, como, por exemplo:
  - Informações sobre o produto ou embalagem;
  - Cor do produto ou embalagem;
  - Ergonomia do produto ou embalagem;
  - Forma e estética do produto ou embalagem;
  - Inovação do produto ou embalagem;
  - Inclusão social;
  - Sustentabilidade;
  - Ecodesign;
  - Formato;
  - Tampa;
  - Durabilidade;
  - Resistência ao calor e frio;
  - Encaixe;
  - Empilhamento;
  - Resistência;
  - Funcionalidade de abertura e fechamento;
  - Montagem e desmontagem;
  - Entre outros destaques.

- A(s) imagem(ns) deve(m) ter as dimensões: 15x10 cm (base x altura), extensão JPEG, PNG ou PDF, com capacidade máxima de 200 MB.
- Link de vídeo que apresente os diferenciais do(s) produto(s) ou embalagens como apresentados acima. O link deve estar correto, pois, caso não esteja, o Think Plastic Brazil não se responsabilizará.
- Não será necessário o envio de amostras, portanto, é fundamental que as fotos e vídeos sejam bem-produzidos, para a empresa não ser prejudicada.

#### 2.2.1.2.1. Business Case

As informações do business case deverão ser informadas através do site contendo, no máximo, quatro fotos, nas extensões JPEG, PNG ou PDF. Assim como gráficos e documentos comprovativos, entre outros, nas extensões Docx e XLSX.

**NOTA:** Cada empresa pode enviar mais de um Business Case, pagando uma taxa por cada um, conforme item 2.1.1. Categorias e valores de inscrição.

### 2.3. CATEGORIAS E CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

O World Plastic Connection Award é dividido em três categorias, como abaixo listadas e descritas:

#### 2.3.1. World Plastic Business Case Award

Premiará os melhores cases internacionais de sucesso realizados pela empresa dentro do período de março de 2025 até agosto de 2026.

**NOTA:** Cada empresa pode enviar mais de um Business Case, pagando uma taxa por cada um, conforme item 2.1.1. Categorias e valores de inscrição.

##### 2.3.1.1. Temas

Somente serão permitidos envios de cases com temas relacionados à exportação e à internacionalização, entre eles (mas não limitados aos descritos):

- **Adaptação e Customização de Produtos:** empresa associada que conseguiu adaptar ou personalizar seu produto ou linha de produtos para atender a uma demanda de um importador, demonstrando o impacto nos resultados financeiros e na satisfação do cliente.
- **Estudo de Estufagem de Contêiner:** empresa associada que inovou no estufamento de contêineres, conseguindo colocar mais produtos que o habitual, e mostrando o impacto positivo nos resultados financeiros e na eficiência logística.
- **Aliança Estratégica para Exportação:** empresa associada que formou uma aliança estratégica/parceria para exportar seus produtos, evidenciando o impacto nas vendas e no crescimento da companhia.
- **Mobilização, Treinamento e Capacitação:** empresa associada que mobilizou, treinou e capacitou sua equipe de exportação para melhorar o atendimento no mercado internacional, detalhando o impacto nos resultados financeiros e na eficiência operacional.



- **Prospecção de Mercado e Novos Clientes Internacionais:** empresa associada que atuou ativamente na prospecção de clientes internacionais, apresentando o nome dos países, a quantidade de contatos sensibilizados e o impacto nas vendas e na expansão do mercado.
- **Novos Produtos e Serviços:** empresa que desenvolveu novos produtos e serviços para atender potenciais importadores e conseguiu exportar esses novos produtos e/ou serviços, mostrando o impacto nos resultados financeiros e na inovação.
- **Exportação por E-commerce e/ou Marketplace:** empresa associada que passou a exportar seus produtos por meio de E-commerce e/ou marketplace, destacando o impacto nas vendas e na expansão de canais de distribuição.
- **Inovação e Design:** empresas associadas que estão investindo em inovação de produtos para atender a demandas internacionais, evidenciando o impacto nos resultados financeiros, na diferenciação de mercado e na competitividade.
- **Sustentabilidade e Integração de Sustentabilidade nas Exportações:** empresa associadas que estão investindo em práticas sustentáveis para atender a demandas internacionais, demonstrando o impacto positivo no meio ambiente e nos resultados financeiros.
- **Premiações Internacionais:** prêmios internacionais de alta relevância que as empresas ganharam no período, destacando o impacto nos resultados financeiros, na imagem da companhia e no reconhecimento global.
- **Expansão de Mercado:** relatos de como a empresa entrou em novos mercados internacionais, detalhando as estratégias utilizadas e o impacto nas vendas e no crescimento da empresa.
- **Parcerias Logísticas Internacionais:** descrição de parcerias com fornecedores de logística internacionais que melhoraram a eficiência e reduziram custos, impactando positivamente os resultados financeiros.
- **Certificações e Compliance Internacional:** casos em que a empresa obteve certificações internacionais que facilitaram a entrada em novos mercados, demonstrando o impacto no aumento das vendas e na conformidade regulatória.
- **Promoção Comercial e de Imagem:** detalhamento de campanhas de marketing e participação em feiras e eventos internacionais, com foco nos resultados financeiros e na construção da marca globalmente.
- **Desenvolvimento de Redes de Distribuição Internacional:** casos de sucesso no desenvolvimento de redes de distribuição em mercados internacionais, evidenciando o impacto nas vendas e na eficiência operacional.
- **Transformação Digital para Exportação:** exemplos de como a empresa utilizou a transformação digital para melhorar seus processos de exportação, incluindo a utilização de ferramentas digitais para gestão de clientes internacionais e automação de processos, com impacto nos resultados financeiros.
- **Apoio Governamental e Programas de Incentivo:** descrição de como a empresa utilizou programas de apoio governamental e incentivos para exportação, mostrando o impacto nos custos operacionais e nas oportunidades de mercado.
- **Gestão de Risco Internacional:** exemplos de estratégias implementadas para gerenciar riscos associados à exportação, como variação cambial e barreiras comerciais, e o impacto na estabilidade financeira da empresa.

#### 2.3.1.2. Da equipe julgadora

O World Plastic Business Case Award será julgado por um grupo de jurados convidados, todos eminentes profissionais detentores do conhecimento do processo de internacionalização, e pelo Governo em todas as suas esferas e pesquisadores do setor, entre outros. A seleção dos jurados ficará a cargo do Think Plastic Brazil, e a listagem com os nomes somente será divulgada após a entrega dos prêmios.

#### 2.3.1.3. Das decisões

As decisões dos jurados serão soberanas e as notas serão divulgadas sem identificação, somente para a empresa correspondente, podendo a empresa solicitar suas notas posteriormente à entrega do prêmio (mantendo-se a privacidade dos jurados).

#### 2.3.1.4. Avaliação

Os jurados avaliarão os cases, aos quais darão notas individuais por case em uma escala de 1 a 10. Cada jurado dará sua nota individual para cada case sem ter interferência de terceiros, sendo que uma nota maior e uma menor serão eliminadas por empresa para equilibrar os pesos.

#### 2.3.1.5. Critérios a serem analisados

Ao analisar os cases, os jurados darão notas de 1 a 10 aos seguintes critérios:

| <b>CRITÉRIOS</b>                            | <b>PARÂMETROS DE AVALIAÇÃO</b>                                                                                                                                                              | <b>POR QUÊ?</b>                                                                                                   | <b>NOTA</b> |
|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| Preenchimento completo do Case Sucesso WPCA | Verificar se a empresa forneceu todas as informações e se todas as seções estão preenchidas de forma clara e completa.                                                                      | Essencial para garantir uniformidade e comparabilidade entre os cases.                                            | 1 A 10      |
| Identificação de Oportunidade Internacional | Avaliar a clareza e a relevância da oportunidade internacional identificada pela empresa. Considerar a análise de mercado, as necessidades identificadas e a justificativa da oportunidade. | Crucial para entender a capacidade da empresa de identificar e justificar oportunidades no mercado internacional. | 1 A 10      |
| Ação Efetivamente Colocada em Prática       | Avaliar a descrição das ações implementadas pela empresa para aproveitar a oportunidade. Considerar a execução e a inovação das ações.                                                      | Importante para medir a eficácia e a inovação das estratégias implementadas.                                      | 1 A 10      |

|                                                                              |                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                    |        |
|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Resultados da Ação para a Imagem do Brasil no Exterior                       | Avaliar como as ações da empresa contribuíram para a imagem do Brasil no mercado internacional. Considerar fatores como promoção de qualidade, inovação e sustentabilidade.                            | Essencial para avaliar o impacto positivo das ações da empresa na percepção internacional do Brasil.                                               | 1 A 10 |
| Resultados da Ação para a Imagem da Empresa no Exterior                      | Avaliar como as ações melhoraram a percepção da empresa no mercado internacional. Considerar a reputação, reconhecimento e branding.                                                                   | Importante para entender como as ações afetaram a imagem da empresa globalmente.                                                                   | 1 A 10 |
| Resultados da Ação para a Internacionalização da Marca                       | Avaliar os resultados obtidos em termos de expansão e consolidação da marca no mercado internacional. Considerar a presença em novos mercados, parcerias estabelecidas e reconhecimento internacional. | Fundamental para medir o sucesso da marca em alcançar e se estabelecer em novos mercados.                                                          | 1 A 10 |
| Efetividade da Ação em Termos de Concretização de Vendas Internacionais      | Avaliar os resultados comerciais obtidos com as ações implementadas. Considerar o aumento nas vendas internacionais, novos contratos fechados e crescimento do faturamento internacional.              | Crucial para quantificar o sucesso das ações em termos de resultados financeiros tangíveis.                                                        | 1 A 10 |
| Evidências e Anexos (inclua fotos, gráficos, documentos comprovativos, etc.) | Avaliar a qualidade e a relevância das evidências e anexos fornecidos. Considerar a clareza, a pertinência e o suporte que as evidências dão às informações apresentadas no case.                      | Importante para verificar a veracidade e o impacto das ações descritas, proporcionando um suporte visual e documental às informações apresentadas. | 1 A 10 |

#### 2.3.1.5.1. Empresa vencedora

Será considerada vencedora a empresa que obtiver a maior pontuação em cada categoria: Access (iniciante), Special (madura), Excellency (expert). A partir da edição de 2025, apenas as empresas que alcançarem a primeira posição serão premiadas.

#### 2.3.1.5.2. Em caso de empate

O desempate se dará pelas informações contidas na ficha de inscrição para participar da premiação, vide critério de desempate no ANEXO I.

#### 2.3.2. World Plastic Development Award

Apenas empresas associadas poderão participar desta categoria. Premiará as empresas que mais evoluíram em nível de maturidade exportadora conforme os critérios estabelecidos pelo Think Plastic Brazil.

### 2.3.2.1. Avaliação

Durante o preenchimento do questionário de maturidade, pontos são atribuídos com base nas respostas fornecidas. Será considerada vencedora a empresa que obtiver a maior pontuação em cada etapa do avanço no perfil de maturidade no processo de internacionalização: de não exportadora para iniciante; de iniciante para intermediária; de intermediária para experiente; de experiente para internacionalizada; e maior desempenho no nível de internacionalizada, conforme os critérios descritos abaixo. A partir da edição de 2025, apenas as empresas que alcançarem a primeira posição serão premiadas.

#### 2.3.2.1.1. Não exportadora para iniciante

Para empresas inscritas no Portfólio que avançaram na maturidade de não exportadora para iniciante, serão avaliados os seguintes critérios:

- A empresa exporta?
- A empresa está registrada no RADAR/SISCOMEX?
- A empresa possui Departamento de Exportação/internacionalização?
- A empresa tem um atendimento comercial exclusivo para exportação/internacionalização?
- O CEO da empresa está envolvido diretamente com a área de exportação/internacionalização?
- A empresa possui material de comunicação em outros idiomas?
- A empresa possui website em outros idiomas?
- A empresa possui um profissional disponível com domínio de um segundo idioma?
- A empresa possui um profissional com domínio do processo exportador/internacionalização?
- Os produtos exportados, pela empresa, possuem especificações técnicas em outros idiomas?
- A empresa possui lista de preço para exportação?
- A empresa já foi atendida pelo PEIEX (Programa de Qualificação para Exportação) oferecido pela ApexBrasil?

#### 2.3.2.1.2. Iniciante para intermediária

Para empresas inscritas no Portfólio que avançaram na maturidade exportadora de iniciante para intermediária, pontos que serão avaliados:

- A empresa tem experiência de participação em projeto comprador?
- A empresa tem experiência como visitante em feira internacional?
- A empresa possui experiência como expositora em feira internacional?
- A empresa possui plano básico de exportação? Entende-se como plano básico: produto(s) selecionado(s), país(es) definido(s), ação(ões) de promoção(es) priorizada(s), indicadores e metas estabelecidas e apresentadas e aprovadas pelo CEO da empresa
- A empresa possui representante e/ou distribuidor no exterior?

#### 2.3.2.1.3. Intermediária para experiente

Para empresas inscritas no Portfólio que avançaram na maturidade exportadora de intermediária para experiente, pontos que serão avaliados:

- A empresa faz gerenciamento e documentação de contatos comerciais internacionais – CRM próprio?
- A empresa possui plano estratégico de exportação avançado? Entende-se como plano estratégico avançado: comitê estratégico da área de Internacionalização; governança da área de internacionalização; mapeamento e plano de envolvimento dos stakeholders; objetivos de curto, médio e longo prazo definidos; indicadores estratégicos e metas de curto, médio e longo prazo estabelecidos; ranqueamento de países e regiões; segmentação de clientes internacionais, projetos da área de internacionalização priorizados.
- A empresa possui escritório e funcionário exclusivo no exterior? Escritório próprio da empresa e não de parceiros.
- A empresa possui plano de marketing internacional?
- A empresa possui indicadores de resultados para acompanhar as exportações?
- A empresa possui controle de níveis de estoque nos canais de distribuição no exterior?

#### 2.3.2.1.4. Experiente para Internacionalizada

Para empresas inscritas no Portfólio que avançaram na maturidade exportadora de experiente para internacionalizada, pontos que serão avaliados:

- A empresa realiza exportação com marca própria?
- A empresa possui registro de marcas no exterior?
- A empresa faz campanha de publicidade ou ações para fortalecer a marca no exterior?
- A empresa possui planta no exterior?

#### 2.3.2.1.5. Desempenho da empresa internacionalizada

Para empresas inscritas no Portfólio que são do nível internacionalizada que obtiveram o melhor desempenho nos quesitos:

- A. Quantidade de funcionários no exterior
- B. Quantidade de países para os quais a empresa exporta

#### 2.3.2.1.6. Em caso de empate

O desempate se dará pelas informações contidas na ficha de inscrição para participar da premiação, vide critério de desempate no ANEXO I.

### 2.3.3. World Plastic Global Design Award

O World Plastic Global Design Award é uma iniciativa do Think Plastic Brazil que reconhece e celebra empresas que apostam no design como estratégia de inovação, diferenciação e transformação sustentável. O prêmio destaca projetos e produtos desenvolvidos com originalidade, excelência estética e compromisso com a sustentabilidade, promovendo práticas de ecodesign e design responsável.

Mais do que uma premiação, o World Plastic Global Design Award é uma vitrine internacional para os melhores exemplos de como o design pode gerar valor para o setor de transformados plásticos, com impacto positivo para o mercado, o consumidor e o meio ambiente.

**NOTA:** As empresas podem inscrever apenas produtos que foram criados por elas próprias, que possuem propriedade intelectual da empresa e que garantam não ser cópias.

#### 2.3.3.1. O que o prêmio valoriza

- Produtos e embalagens com design inovador e original;
- Projetos de ecodesign aplicados à cadeia do plástico;
- Ações institucionais ou comunicacionais que promovam o design sustentável;
- Soluções que integrem função, forma e responsabilidade ambiental;
- Iniciativas que representem o potencial do design brasileiro no mercado global.

O World Plastic Global Design Award reconhece a capacidade criativa e estratégica das empresas brasileiras, contribuindo para posicioná-las como **referência internacional em inovação e sustentabilidade** no setor plástico.

#### 2.3.3.2. Objetivo da categoria

Premiar empresas brasileiras que desenvolveram produtos com alto valor agregado por meio da inovação e do design, com impacto positivo em termos de função, estética, sustentabilidade e viabilidade mercadológica global.

#### 2.3.3.3. Quem pode participar

Poderão inscrever-se empresas brasileiras:

- Dos setores de utilidades domésticas, brinquedos, puericultura, construção civil, agronegócio, saúde, embalagens e bens de consumo;
- Com produto criado ou redesenhado entre 2025 e 2026, em fase de mercado ou prototipagem avançada;
- Cujo projeto tenha envolvido profissionais ou equipes de design (internos ou terceirizados).

#### 2.3.3.4. Inscrição

O formulário deverá conter:

##### A. A. Dados da empresa

- Razão social, nome fantasia, data da fundação, segmento, CNPJ, site, telefone, website
- Nome do responsável pelo projeto (com cargo, telefone e e-mail).

##### B. Informações sobre as exportações e análise de maturidade

- Países que exporta, quantidade de resina transformada
- Maturidade do processo de internacionalização

##### C. Informações sobre o produto

- Nome do produto;
- Segmento de atuação;
- Status (lançado ou protótipo avançado);
- Ano de criação ou redesenho.

##### D. Descrição da proposta de inovação e design

- Resumo da proposta (até 1.000 caracteres);
- Papel do design no desenvolvimento do produto;
- Benefícios técnicos, ambientais e mercadológicos.

##### E. Upload obrigatório dos seguintes materiais:

- Ficha técnica do produto (PDF);
- 3 a 5 imagens de alta qualidade (JPG ou PNG);
- Vídeo opcional (até dois minutos);
- Declaração de autoria e conformidade com o regulamento

#### 2.3.3.5. Critérios de avaliação

Cada produto será avaliado por uma banca técnica com base nos critérios abaixo. A pontuação será de 0 a 5 pontos por critério, multiplicado pelo peso definido.

| <b>Critério</b>                                        | <b>Descrição</b>                                  | <b>Peso</b> |
|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-------------|
| <b>1. Grau de inovação do produto</b>                  | Novidade funcional, estética ou tecnológica.      | <b>3</b>    |
| <b>2. Clareza da proposta de design</b>                | Coerência formal e conceitual do projeto.         | <b>2</b>    |
| <b>3. Funcionalidade e usabilidade</b>                 | Facilidade de uso, ergonomia e eficiência.        | <b>2</b>    |
| <b>4. Qualidade estética e acabamento</b>              | Harmonia visual, cor, textura e forma.            | <b>1</b>    |
| <b>5. Potencial de internacionalização</b>             | Aderência a padrões globais e apelo exportador.   | <b>2</b>    |
| <b>6. Sustentabilidade do projeto</b>                  | Uso de PCRs, eficiência de materiais e processos. | <b>3</b>    |
| <b>7. Participação efetiva do design</b>               | Inclusão de designers no processo decisório.      | <b>1</b>    |
| <b>8. Adequação ao mercado-alvo</b>                    | Alinhamento com públicos e canais.                | <b>2</b>    |
| <b>9. Qualidade da apresentação visual e narrativa</b> | Clareza das imagens e coerência da descrição.     | <b>1</b>    |
| <b>10. Aplicabilidade industrial e escalabilidade</b>  | Potencial de produção em larga escala.            | <b>3</b>    |

**Total máximo: 50 pontos**

**Critério de desempate:** Maior pontuação nos itens 1 (inovação) e 6 (sustentabilidade).

##### 2.3.3.5.1. Explicação detalhada dos critérios de avaliação

Cada item do questionário será avaliado com base nas seguintes diretrizes:

| <b>Critério</b>                       | <b>Descrição</b>                                                                                                                                        |
|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. Grau de inovação do produto</b> | Avalia o quanto o produto apresenta novidades em termos de função, forma, processo ou aplicação. Inovações incrementais ou disruptivas são valorizadas. |



|                                                       |                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>2. Clareza da proposta de design</b>               | Refere-se à coerência e consistência entre forma, função e linguagem visual. O design deve transmitir claramente seu propósito.                     |
| <b>3. Funcionalidade e usabilidade</b>                | Analisa se o produto é prático, intuitivo e seguro para o usuário. Inclui aspectos como ergonomia e acessibilidade.                                 |
| <b>4. Qualidade estética e acabamento</b>             | Considera a harmonia visual, proporções, texturas, cores e acabamentos do produto.                                                                  |
| <b>5. Potencial de internacionalização</b>            | Mede a adequação do produto a mercados internacionais em termos de apelo visual, funcionalidade e adaptabilidade a diferentes públicos.             |
| <b>6. Sustentabilidade do projeto</b>                 | Avalia o uso de materiais recicláveis ou reciclados (ex: PCR), design para desmontagem, redução de impacto ambiental, durabilidade e circularidade. |
| <b>7. Participação efetiva do design no processo</b>  | Verifica se houve envolvimento de profissionais de design na concepção do produto (equipe interna ou externa) e em que etapas.                      |
| <b>8. Coerência com o público-alvo e mercado</b>      | Examina se o produto dialoga com as expectativas e necessidades do consumidor e com as tendências de mercado.                                       |
| <b>9. Apresentação visual e narrativa descritiva</b>  | Considera a clareza e a qualidade das imagens e textos enviados, fundamentais para a avaliação técnica.                                             |
| <b>10. Aplicabilidade industrial e escalabilidade</b> | Mede o grau de maturidade do projeto para produção em escala industrial, custo-benefício e facilidade de implementação.                             |

#### 2.3.3.6. Resultado e premiação

A empresa vencedora receberá o troféu International Award – World Plastic Global Design Award 2026 durante a cerimônia oficial, com ampla divulgação nacional e internacional, além de:

- Selo digital de reconhecimento;
- Entrevista e destaque nas mídias do Think Plastic Brazil;
- Possibilidade de exposição em feiras e eventos promovidos pelo portfólio.

Empresas com **pontuação acima de 35 pontos** poderão ser reconhecidas com **menções honrosas** a critério da curadoria.

#### 2.3.3.7. Disposições finais

A inscrição implica total concordância com este regulamento. Os casos omissos serão analisados pela coordenação do Think Plastic Brazil.



### 3. ANEXO I - CRITÉRIO DE DESEMPATE

| INFORMAÇÕES                                                                                                                               |                |            |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|------------|-----|
| 100% da ficha totalmente preenchida                                                                                                       | 50             | NÃO        | --- |
| Sua empresa exporta                                                                                                                       | 10             | NÃO        | --- |
| <b>Variação do número de funcionários diretos</b>                                                                                         |                |            |     |
| Para cima                                                                                                                                 | 1              | NÃO        | --- |
| Neutro                                                                                                                                    | 0              | NÃO        | --- |
| Para baixo                                                                                                                                | -1             | NÃO        | --- |
| <b>Variação do número de funcionários indiretos</b>                                                                                       |                |            |     |
| Para cima                                                                                                                                 | 1              | NÃO        | --- |
| Neutro                                                                                                                                    | 0              | NÃO        | --- |
| Para baixo                                                                                                                                | -1             | NÃO        | --- |
| <b>Variação do número de funcionários no exterior</b>                                                                                     |                |            |     |
| Para cima                                                                                                                                 | 1              | NÃO        | --- |
| Neutro                                                                                                                                    | 0              | NÃO        | --- |
| Para baixo                                                                                                                                | -1             | NÃO        | --- |
| <b>Variação do peso total da resina transformada por mês (tonelada)</b>                                                                   |                |            |     |
| Para cima                                                                                                                                 | 5              | NÃO        | --- |
| Neutro                                                                                                                                    | 0              | NÃO        | --- |
| Para baixo                                                                                                                                | -5             | NÃO        | --- |
| <b>Variação do percentual do faturamento total ocorrido da exportação</b>                                                                 |                |            |     |
| Para cima                                                                                                                                 | 10             | NÃO        | --- |
| Neutro                                                                                                                                    | 0              | NÃO        | --- |
| Para baixo                                                                                                                                | -10            | NÃO        | --- |
| <b>Variação do percentual do faturamento total investido em exportação</b>                                                                |                |            |     |
| Para cima                                                                                                                                 | 10             | NÃO        | --- |
| Neutro                                                                                                                                    | 0              | NÃO        | --- |
| Para baixo                                                                                                                                | -10            | NÃO        | --- |
| <b>Quantidade de países para os quais a empresa exporta</b>                                                                               | <b>SOMA</b>    | <b>NÃO</b> | --- |
| <b>Para quais países sua empresa exporta</b> (soma das distâncias de Brasília até as capitais dos países para os quais a empresa exporta) | <b>CÁLCULO</b> | <b>NÃO</b> | --- |
| <b>Motivação e comprometimento com o processo de internacionalização</b>                                                                  |                |            |     |
| Sua empresa está registrada no RADAR/SISCOMEX?                                                                                            | 10             | NÃO        | --- |
| A sua empresa possui Departamento de Exportação/internacionalização?                                                                      | 10             | NÃO        | --- |
| A sua empresa tem um atendimento comercial exclusivo para exportação/internacionalização?                                                 | 10             | NÃO        | --- |
| O CEO de sua empresa está envolvido diretamente com a área de exportação/internacionalização?                                             | 10             | NÃO        | --- |

|                                                                                              |    |     |          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----|----------|
| A sua empresa possui material de comunicação em outros idiomas?                              | 10 | NÃO | ---      |
| A sua empresa possui website em outros idiomas?                                              | 10 | NÃO | ---      |
| A sua empresa possui um profissional disponível com domínio de um segundo idioma?            | 10 | NÃO | ---      |
| A sua empresa possui um profissional com domínio do processo exportador/internacionalização? | 10 | NÃO | ---      |
| Os produtos exportados pela sua empresa possuem especificações técnicas em outros idiomas?   | 10 | NÃO | ---      |
| A sua empresa faz investimento em Inteligência de Mercado Internacional?                     | 10 | NÃO | ---      |
| Sua empresa possui lista de preço para exportação?                                           | 10 | NÃO | ---      |
| Sua empresa possui experiência de participação em projeto comprador                          | 10 | NÃO | ---      |
| Sua empresa possui experiência como visitante em uma feira internacional?                    | 10 | NÃO | ---      |
| Sua empresa possui experiência como expositora em feira internacional?                       | 10 | NÃO | ---      |
| Sua empresa possui plano básico de exportação/internacionalização?                           | 10 | NÃO | ---      |
| Sua empresa possui representante no exterior?                                                | 10 | NÃO | ---      |
| Sua empresa possui distribuidor no exterior?                                                 | 10 | NÃO | ---      |
| Gerenciamento e documentação de contatos comerciais internacionais – CRM próprio             | 10 | NÃO | ---      |
| Plano estratégico avançado de exportação/internacionalização?                                | 10 | NÃO | ---      |
| Sua empresa possui um escritório e funcionário próprio de vendas no exterior?                | 10 | NÃO | ---      |
| Sua empresa possui plano de marketing internacional?                                         | 10 | NÃO | ---      |
| Sua empresa possui indicadores de resultados para acompanhar as exportações?                 | 10 | NÃO | ---      |
| Sua empresa possui controle de níveis de estoque nos canais de distribuição no exterior?     | 10 | NÃO | ---      |
| A empresa realiza exportação com marca própria?                                              | 10 | NÃO | ---      |
| A empresa possui registro de marcas no exterior?                                             | 10 | NÃO | ---      |
| Sua empresa faz campanha de publicidade ou ações para fortalecer a marca no exterior?        | 10 | NÃO | ---      |
| Sua empresa tem plantas (fábricas) em outros países?                                         | 10 | NÃO | ---      |
| Sua empresa já foi atendida pelo PEIEX oferecido pela ApexBrasil?                            | 10 | NÃO | ---      |
| <b>NOTA FINAL</b>                                                                            |    |     | <b>0</b> |

#### 4. ANEXO II - MODELO DE BUSINESS CASE

O Business Case deverá ser preenchido 100% no website:

Abaixo está o modelo do formulário, apenas para conhecimento, que será preenchido na web.

| DESCRIÇÃO DO CASE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Máximo de 500 caracteres com espaços</p> <p>Para descrever o case, favor refletir sobre as seguintes perguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. <b>Qual é o contexto do case?</b> Qual era a situação antes da implementação do case? Quais desafios a empresa estava enfrentando?</li><li>2. <b>O que motivou a implementação do case?</b> Houve algum evento ou circunstância específica que levou à decisão de implementar o case?</li><li>3. <b>Quais ações foram tomadas no case?</b> Quais foram as principais etapas ou processos envolvidos na implementação do case?</li><li>4. <b>Quais foram os principais obstáculos e como foram superados?</b> A empresa encontrou algum desafio significativo durante a implementação? Como esses desafios foram resolvidos?</li><li>5. <b>Quais foram os pontos de virada ou momentos decisivos?</b> Houve algum evento ou realização específica que se destacou durante a implementação do case?</li></ol> |
| OBJETIVOS E METAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <p>Máximo de 500 caracteres com espaços</p> <p>Lembre-se, os objetivos e metas devem ser específicos, mensuráveis, alcançáveis, relevantes e limitados no tempo (SMART). Além disso, eles devem ser claros e concisos, respeitando o limite máximo de caracteres.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

## ESTRATÉGIAS IMPLEMENTADAS

Máximo de 700 caracteres com espaços

Na seção “ESTRATÉGIAS IMPLEMENTADAS”, as empresas devem considerar as seguintes perguntas:

1. **Quais estratégias foram usadas para alcançar os objetivos e metas?** Descreva as abordagens específicas, técnicas ou metodologias que foram usadas.
2. **Como essas estratégias foram desenvolvidas e implementadas?** Explique o processo de planejamento e execução das estratégias.
3. **Quem esteve envolvido na implementação dessas estratégias?** Identifique os principais atores ou equipes envolvidas e descreva seus papéis.
4. **Houve alguma parceria ou colaboração externa?** Se a empresa colaborou com outras organizações, parceiros ou consultores, mencione isso e explique como eles contribuíram.
5. **As estratégias mudaram ao longo do tempo?** Se houve ajustes ou mudanças nas estratégias durante a implementação, explique o que motivou essas mudanças e como elas foram gerenciadas.

Lembre-se, as estratégias devem ser claras e concisas, respeitando o limite máximo de caracteres. Além disso, elas devem ser relevantes para o tema escolhido e alinhadas com os objetivos e metas do case.

## RESULTADOS OBTIDOS

Máximo de 500 caracteres com espaços

Na seção “RESULTADOS OBTIDOS”, as empresas devem considerar as seguintes perguntas:

1. **Quais foram os resultados concretos alcançados?** Descreva os resultados tangíveis que foram obtidos como resultado da implementação do case. Isso pode incluir métricas de desempenho, vendas, satisfação do cliente, etc.
2. **Como esses resultados se comparam aos objetivos e metas estabelecidos?** A empresa atingiu ou superou suas metas? Se não, quão perto chegou e quais fatores contribuíram para qualquer lacuna?
3. **Quais foram os benefícios intangíveis?** Além dos resultados quantificáveis, houve algum benefício qualitativo, como melhoria na reputação da marca, aumento da moral dos funcionários, etc.?
4. **Como os resultados foram medidos?** Explique as ferramentas ou métodos usados para avaliar o sucesso.
5. **Quais foram os principais fatores que contribuíram para o sucesso?** Identifique os elementos-chave que desempenharam um papel crucial na obtenção dos resultados.

Lembre-se, os resultados devem ser específicos, mensuráveis e diretamente ligados aos objetivos e metas estabelecidos. Além disso, eles devem ser claros e concisos, respeitando o limite máximo de caracteres.

## IMPACTO NOS RESULTADOS AMBIENTAIS, SOCIAIS E FINANCEIROS

Máximo de 500 caracteres com espaços

Na seção “IMPACTO NOS RESULTADOS AMBIENTAIS, SOCIAIS E FINANCEIROS”, as empresas devem considerar as seguintes perguntas:

1. **Quais foram os impactos ambientais do case?** Como a implementação do case afetou o meio ambiente? Isso pode incluir fatores como redução de emissões, conservação de recursos, reciclagem, etc.
2. **Quais foram os impactos sociais do case?** Como a implementação do case afetou a comunidade local ou a sociedade em geral? Isso pode incluir fatores como criação de empregos, melhoria da qualidade de vida, contribuição para a educação, etc.
3. **Quais foram os impactos financeiros do case?** Como a implementação do case afetou a saúde financeira da empresa? Isso pode incluir fatores como aumento de receita, redução de custos, retorno sobre o investimento, etc.
4. **Como esses impactos foram medidos?** Quais ferramentas ou métodos foram usados para avaliar esses impactos?
5. **Como esses impactos se alinham com os objetivos e metas do case?** Os impactos alcançados estavam de acordo com o que a empresa esperava?

Lembre-se, os impactos devem ser específicos, mensuráveis e diretamente ligados aos objetivos e metas estabelecidos. Além disso, eles devem ser claros e concisos, respeitando o limite máximo de caracteres.

## LIÇÕES APRENDIDAS

Máximo de 300 caracteres com espaços

Na seção “LIÇÕES APRENDIDAS”, as empresas devem considerar as seguintes perguntas:

1. **Quais foram as principais lições aprendidas durante a implementação do case?** Identifique os principais insights ou aprendizados que surgiram durante o processo.
2. **Houve algum erro ou falha que levou a um aprendizado importante?** Às vezes, os erros podem ser uma fonte valiosa de aprendizado. Se houve algum erro ou falha, como isso contribuiu para um melhor entendimento ou melhoria?
3. **Como essas lições influenciaram a estratégia ou operações da empresa?** As lições aprendidas levaram a mudanças na forma como a empresa opera ou planeja suas estratégias?
4. **Essas lições podem ser aplicadas a futuros projetos ou iniciativas?** As lições aprendidas são específicas para este case ou elas têm implicações mais amplas para a empresa?
5. **Como a empresa planeja incorporar essas lições em suas futuras operações?** Há planos para utilizar esses aprendizados em futuros projetos ou iniciativas?

Lembre-se, as lições aprendidas devem ser honestas e reflexivas, destacando tanto os sucessos quanto os desafios. Além disso, elas devem ser claras e concisas, respeitando o limite máximo de caracteres.

#### EVIDÊNCIAS E ANEXOS (INCLUA FOTOS, GRÁFICOS, DOCUMENTOS COMPROVATIVOS, ETC.)

Inserir no máximo quatro fotos, caso queira ilustrar

Na seção “EVIDÊNCIAS E ANEXOS”, as empresas devem considerar as seguintes perguntas:

1. **Quais evidências suportam os resultados e impactos declarados?** Isso pode incluir dados de vendas, relatórios de satisfação do cliente, estudos de caso, etc.
2. **Existem imagens ou gráficos que ilustrem os resultados ou impactos?** Fotos de produtos, gráficos de desempenho, infográficos e outros recursos visuais podem ser muito eficazes para demonstrar os resultados.
3. **Existem documentos comprobatórios que validem as reivindicações feitas no case?** Isso pode incluir certificados, prêmios, cartas de recomendação, etc.
4. **Como essas evidências e anexos são relevantes para o case?** Cada evidência ou anexo deve ter uma conexão clara e direta com o case apresentado.
5. **As evidências e anexos são claros e fáceis de entender?** Evite o uso de jargões técnicos ou complexos. Se necessário, forneça uma breve explicação ou legenda para cada anexo.

Lembre-se, as evidências e anexos devem ser autênticos e verificáveis. Além disso, eles devem ser claros e concisos, respeitando o limite máximo de caracteres.