

FICHA GENERAL DE INSCRIPCIÓN

EMPRESA:

DIRECCIÓN:

COSTO DE INSCRIPCIÓN

PIEZAS: Gs. 330.000

TELÉFONO:

CELULAR:

CAMPAÑAS: Gs.440.000

CORREO ELECTRÓNICO:

RESPONSABLE DEL ENVÍO:

FECHAS Y HORAS LIMITES DE INSCRIPCIÓN

3 DE NOVIEMBRE 2017
HASTA LAS 17:00 HS

ANUNCIANTE

AGENCIA

ESTUDIO DE DISEÑO

FREELANCE

PRODUCTORA

OTROS (ESPECIFICAR)

CATEGORIA	FORMATO	ANUNCIANTE	PRODUCTO/SERVICIO	TÍTULO

LA CAP CONSERVARÁ DEFINITIVAMENTE LOS MATERIALES RECIBIDOS Y SE RESERVA EL DERECHO DE UTILIZARLO PARA LOS OBJETIVOS QUE CONSIDERE NECESARIO.

EL PARTICIPANTE ASUME LA RESPONSABILIDAD POR LA OBTENCIÓN DE LOS PERMISOS NECESARIOS RELACIONADOS CON EL MATERIAL PRESENTADO Y AUTORIZA EL USO DE DICHO MATERIAL POR LA CAP PARA LOS OBJETIVOS QUE ESTA CONSIDERE NECESARIOS.

EL PARTICIPANTE DECLARA CONOCER Y ACEPTAR LAS REGLAS QUE RIGEN ESTE CONCURSO Y QUE CONSTAN Y SE HALLAN DESCRIPTAS EN ESTE FORMULARIO Y EN LAS CONDICIONES GENERALES DE PARTICIPACIÓN

FIRMA:

FECHA:

/ /

FICHA INDIVIDUAL DE INSCRIPCIÓN

CATEGORÍA LOCAL: Pieza: Campaña: | **CATEGORÍA INTERNACIONAL:** Pieza: | **MENCIÓN ESPECIAL:** (Especificar mención)

Utilice una forma por cada pieza o campaña nominada.
Obtenga este formulario del sitio www.cap.org.py

Anunciante: _____
Producto o Servicio: _____
Título: _____

RUBRO

- a) Material Audiovisual (Televisión, Cine, Internet).
b) Prensa gráfica (Impresos).
c) Radio.
d) Vía Pública (Out door tradicional / out door digital).
- e) Marketing directo:
f) Material Digital.
g) Activaciones de comunicaciones de Marketing no tradicionales (Puntos de venta / BTL / Innovaciones)

A B C D E F G

Agencia de Publicidad / Estudio de Diseño: _____

El material inscripto debe ser enviado directamente a las oficinas de la CAP, **Edificio Atlas Center, 5to. Piso (Quesada esquina Tte. Zotti)** de 8:00 a 17:00 horas de lunes a viernes.

Primera fecha de Emisión / Publicación: _____
Supervisor del Cliente: _____
Director de Cuenta: _____

Los materiales presentados deberán ir grabados en un CD por cada categoría, acompañados de la ficha de inscripción individual de cada pieza.

En todos los casos los datos solicitados en la ficha de Inscripción deberán ser llenados en su totalidad.

En todas las categorías, las piezas deberán:

Ser grabados en el CD de esta categoría en los formatos definidos para cada categoría.

Ser grabado en el CD con el mismo nombre con el cual figura en la ficha de inscripción.

Contar con la ficha de inscripción, con toda la información allí solicitada.

TV/ Cine: Película QuickTime 720x 576.

Gráficas : JPG en RGB a 1800 x 1440 pixeles a 72 dpi.

Radio: Mp3 - Duración Max: 1 min.

Vía Pública JPG: en RGB a 1800 x 1440 pixeles a 72 dpi. Película Quicktime a 720 x 576 (duración máxima de 45 segundos).

Activaciones de Comunicaciones de Marketing no tradicionales

- JPG en RGB a 1800 x 1440 pixeles a 72 dpi

-Película Quicktime a 720 x 576 (duración máxima de 45 segundos).

Equipo Creativo: _____

Otros Créditos Importantes: _____

Contacto para esta Nominación: _____

Sólo para TV y Radio:

Productora (país): _____

Director de la Productora: _____

Compositor: _____

Animador (TV): _____

Editor (TV): _____

Sólo para Vía Pública:

Ubicación cartel: _____

Sólo para MATERIAL DIGITAL:

REDES SOCIALES: Presentar el sitio utilizado, su interactividad y los resultados de la misma.

MICROSITES PARA PRODUCTOS: Presentar el sitio utilizado, su interactividad y los resultados de la misma.

DESCRIPCIÓN BIEN DETALLADA DE LAS SIGUIENTES INFORMACIONES: PIEZAS INDIVIDUALES:

1. Target: Una serie de frases breves y descriptivas que definen a quien esta dirigido el mensaje en términos demográficos, de estilo de vida y/o uso del producto.
2. Mensaje: que se quiere comunicar: El beneficio que el consumidor recibe o la promesa que la marca hace al consumidor.
3. Objetivos: Una breve afirmación sobre que aspecto desea ver cumplido a través de la publicidad.
4. Resultados.

CAMPAÑAS:

1. Target: Una serie de frases breves y descriptivas que definen a quien esta dirigido el mensaje en términos demográficos, de estilo de vida y/o uso del producto.
2. Mensaje: que se quiere comunicar: El beneficio que el consumidor recibe o la promesa que la marca hace al consumidor.
3. Objetivos detallados de Marketing y Comunicación.
4. Resultados.

LA CAP CONSERVARÁ DEFINITIVAMENTE LOS MATERIALES RECIBIDOS Y SE RESERVA EL DERECHO DE UTILIZARLOS PARA LOS OBJETIVOS QUE CONSIDERE NECESARIO. EL PARTICIPANTE ASUME LA RESPONSABILIDAD POR LA OBTENCIÓN DE LOS PERMISOS NECESARIOS RELACIONADOS CON EL MATERIAL PRESENTADO Y AUTORIZA EL USO DE DICHO MATERIAL POR LA CAP PARA LOS OBJETIVOS QUE ESTA CONSIDERE NECESARIOS. EL PARTICIPANTE DECLARA CONOCER Y ACEPTAR LAS REGLAS QUE RIGEN ESTE CONCURSO Y QUE CONSTAN Y SE HALLAN DESCRIPTAS EN ESTE FORMULARIO Y EN LAS CONDICIONES GENERALES DE PARTICIPACIÓN.

FIRMA: _____

FECHA: _____ / _____ / _____