



# Ficha de inscrição

Estritamente por não cumprir as bases que os reparos do regulamento que o FIP publica em seu sitio do Internet, o coordenador reservam a direita desqualificar automaticamente o trabalho.

Data de inscrição:

## 1. Informações Agência

1.A: Nome fantasia da empresa:  1.B: Razão social

**Importante:** (Nome - Faturação):

1.C: CNPJ:

**Referencia:** CUIT (Argentina) | RUT (Chile) | NIT (Colombia) | RUC (Paraguay, Perú, Ecuador y Uruguay) | RFC (México) | RIF (Venezuela) | CNPJ (Brasil) | CIF (Europa)

1.D: Endereço da agencia:  Cidade:

**Importante:** (Endereço da agencia:- Faturação)

País:  C.E.P:  Telefone:

1.E: Nome & Email do diretor da agencia:

1.F: Site da agência:

## 2. Informações da campanha

2.A: Nome da campanha:

**Importante:** Confirmar que o nome da campanha seja o mesmo no site

2.B: Numero + Nome de categorías

**Exemplo:** \* MP.2 - Acciones de Bebidas Alcohólicas. \*\* MP.34 Éxito Continuo \*\*\* MP.37- Productos de Consumo Masivo \*\*\*\*MDI.4 - Mejor acción de Marketing Viral

CATEGORÍA 1:

CATEGORÍA 2:

CATEGORÍA 3:

CATEGORÍA 4:

CATEGORÍA 5:

CATEGORÍA 6:

CATEGORÍA 7:

2.C: Site da campanha apresentada:

2.D: Indique el target al que dirigió la acción:

2.E: Indique se foi apresentada em outros paises: Quais?

## 3. Informações da marca protagonista

3.A: Marca protagonista da ação apresentada:

3.B: Contato & Email da marca (Autorização obrigatório)

4. Registro "Agência do ano / país": SI  NO

**Importante:** Contém custos adicionais US 45

**Lembre-se:** Enviar o FIP, o material digital para os seus cartazes. É regulamentar.

Na página seguinte é a taxa ea tabela de desconto

PARA CADA CATEGORIA APRESENTADA SE CONSIDERA 1 INSCRIÇÃO, SE APRESENTA A MESMA CAMPANHA EM VARIAS CATEGORIAS, CADA UMA DE FORMA INDEPENDENTE E PAGA POR CADA UMA. QUER DIZER 1 INSCRIÇÃO = 1 TARIFA

Declaramos conhecer e aceitar todos os términos do Regulamento do FIP (Festival Iberoamericano de Promoções & Eventos), testemunhando que as peças inscritas se encontram nas condições estabelecidas. O Fip poderá disponibilizar delas com fins promocionais. O participante também concorda, que não apresentará ação judicial alguma contra o Festival caso tenha alguma discrepância sobre a votação dos jurados (o que se considera definitiva e irrevogável), e que também, em caso de surgir questões de carater legal a respeito ao exercício de direito de apresentar inscrições, o participante reconhece sua absoluta responsabilidade fazendo cargo, em todos os aspectos, de eventuais comparecimentos judiciais.



# Tarifario / Preço

## CATEGORIAS SIMPLES (Ouro, Prata & Bronze)

INSCRIÇÃO (Vigência da tarifa até 30/08)	
RUBRO 1 // MP - Marketing Promocional	US 315
RUBRO 2 // INF - Marketing Infantil	US 295
RUBRO 3 // CIM - Comunicação de Marketing Integrada	US 400
RUBRO 4 // E - Eventos - Desde E.7 até E.12	US 370
RUBRO 5 // MD - Marketing direto e programas de fidelidade	US 295
RUBRO 6 // MC - Marketing de Conteúdos	US 315
RUBRO 7 // MDI - Marketing Digital Interativo	US 295
RUBRO 8 // MO - Mobile Marketing	US 295
RUBRO 9 // SUS - Ações sustentáveis	US 320
RUBRO 10 // PNC - Inovação em publicidade não convencional	US 330
RUBRO 11 // PUB 1 - Publicidade em TV & Cine Até 5 avisos US 550	US 285
RUBRO 11 // PUB 2 - Publicidade em Radio Até 5 avisos US 550	US 285
RUBRO 11 // PUB 3 - Graf. Gráfica   Jornal e Revistas	US 285
RUBRO 11 // PUB 4 - Vía Publica Até 5 avisos US 550	US 285
RUBRO 12 // INT - Ideias Internacionais	US 285
RUBRO 13 // DEP - Marketing Esportivo	US 295
RUBRO 14 // POP - POP & Merchandising	US 285
RUBRO 15 // D - Desenho	US 285
RUBRO 16 // RRPP - Prensa & RRPP	US 290
RUBRO 17 - AGENIA DO ANO/PAIS	US 45

## CAMPANHAS MP.29 - PUB.C1 - PUB.C2)

CAMPANHAS MP.29 - PUB.C1 - PUB.C2 // Para Campanhas que utilizem diferentes ferramentas com duração que não seja menor de 3 meses	US/€ 475
INSCRIÇÃO (Vigência da tarifa até 30/08)	
MP.29 - Productos de Consumo Massivo	US 475
PUB.C1 - Productos de Consumo Massivo	US 475
PUB.C2 - Productos de Servicios	US 475

## CATEGORIAS ESPECIALES "Gran premio de jurado"

INSCRIÇÃO (Vigência da tarifa até 30/08)	
MP.2 - Ações de bebidas alcoólicas	US 330
MP.3 - Ações de bebidas no alcoólicas	US 330
MP.13 - Melhor ideia desenvolvida em tema cultural, lazer e recreação.	US 330
MP.14 - Melhor promoção itinerante	US 330
MP.16 - Promo Entertainment	US 330
MP.20 - Prova de Produto	US 330
MP.22 - Experiência de marca	US 370
MP.23 - Ações de marketing solidário	US 330
MP.24 - Field Marketing. Melhor Logística com ações de One to One	US330
MP.28 - Ações de marketing em redes sociais	US 370
MC.1 - Campanhas de marketing de conteúdos para marcas e/ou empresas de consumo massivo	US 330
MC.2- Campanhas de marketing de conteúdos para marcas e/ou empresas de produtos e serviços	US 330
MDI.4 - Melhor Campanha de Marketing Viral.	US 330
SUS.1 - Marketing Sustentável.	US 330
PNC.1 - Experimental marketing.	US 330
PNC.2 - Ações de street marketing.	US 330
POP.3- Stands - Ambientação e Projetos Especiais	US 330

## CATEGORIAS ESPECIALES (Premian con Platino)

RUBRO 4 // E - Eventos - Desde a categoria E.1 até a categoria E.6	US 390
---	--------

AMOSTRA GRÁFICA - Processamento,  
Impressão & Montagem do Material - c/u

US 25

### Bonificações e Descontos:

- de 9 a 15 inscrições:	5%	- de 22 a 30 inscrições:	9%
- de 15 a 21 inscrições:	7%	- más de 31 inscrições:	12%

NÃO ACUMULAVEIS COM OUTRAS PROMOÇÕES NEM DESCONTOS

PARA CADA CATEGORIA APRESENTADA SE CONSIDERA 1 INSCRIÇÃO, SE APRESENTA A MESMA CAMPANHA EM VARIAS CATEGORIAS, CADA UMA DE FORMA INDEPENDENTE E PAGA POR CADA UMA. QUER DIZER 1 INSCRIÇÃO = 1 TARIFA

Declaramos conhecer e aceitar todos os termos do Regulamento do FIP, atestiguando que As peças inscrições se encontram no marco que estabelecem suas condições. El FIP pode disponer de con fines promocionales. El concursante ACUERDA que não apresenta nenhuma ação judicial alguna contra o Festival se mede alguna discrepancia sobre o voto do jurado o que se considera inapelable e irrevogável, e que além disso, em caso de que surge Apresentar inscrições, o concursante reconhece sua absoluta responsabilidade fazenda carga, em todos os pontos de vista e comparações judiciais.