
PREMIOS GOOGLE ADS IMPACT 2026 AGENCIA: TÉRMINOS Y CONDICIONES OFICIALES

NO ES NECESARIA NINGUNA COMPRA PARA PARTICIPAR O GANAR. NULO DONDE LO PROHÍBA LA LEY. VÁLIDO ÚNICAMENTE EN LOS PAÍSES QUE SE INDICAN A CONTINUACIÓN. LA PARTICIPACIÓN EN ESTE CONCURSO IMPLICA LA ACEPTACIÓN DE ESTAS REGLAS.

1. TERRITORIOS PARTICIPANTES. Los Google Ads Impact Awards 2026 (el “Concurso”) son un programa de premios dirigido exclusivamente a agencias con soporte de ventas en los siguientes países (cada país, un “Territorio Participante”):

1.1 México, Argentina, Colombia, Chile y Perú.

2. ACUERDO VINCULANTE. El Concurso se rige por estos términos y condiciones (“Reglas”). Para participar en el Concurso, usted (“Usted” o “Participante”) debe aceptar estas Reglas. Por lo tanto, lea estas Reglas antes de participar para asegurarse de que las comprende y acepta.

2.1 Si participa como parte de una agencia o entidad, o de otro modo en nombre de una agencia o entidad, acepta: (i) que estas Reglas son vinculantes para dicha agencia/entidad; (ii) que usted es uno de los siguientes: un empleado, director, titular de un cargo, trabajador o agente autorizado de dicha agencia/entidad; (iii) que al participar en estas Reglas en nombre de dicha agencia/entidad, usted actúa dentro del alcance de su autoridad y ha sido debidamente facultado por la agencia/entidad para participar en el Concurso, aceptar estas Reglas y representar a la agencia/entidad en relación con el presente, de conformidad con las leyes y reglamentos de la ley nacional aplicable a usted; (iv) que dicha agencia/entidad tiene pleno conocimiento de sus acciones y ha consentido en ellas, incluyendo la posible recepción de un premio y la asistencia a un evento de premiación; (v) que sus acciones no violan las políticas o procedimientos de dicha agencia/entidad. Cuando participa en nombre de una agencia/entidad, usted no tiene derecho a reclamar ningún premio ni parte del mismo; En tal caso, el participante es la agencia/entidad.

2.2 Todas las referencias a “Usted” o “Participante” en estas Reglas incluyen una referencia a Usted actuando en su propio nombre o a la agencia/entidad en cuyo nombre Usted está actuando y que está participando en el Concurso, según sea el caso.

2.3 Usted acepta que al participar en el Concurso, acepta estas Reglas. No podrá participar en el Concurso ni optar a los premios descritos en estas Reglas a menos que las acepte. Estas Reglas constituyen un acuerdo legal vinculante entre usted y Google con respecto al Concurso.

3. REQUISITOS DE ELEGIBILIDAD.

3.1 Para poder participar en el Concurso: (i) Debe ser residente legal y estar físicamente ubicado en los territorios participantes, o en el caso de una agencia/entidad, tener su oficina central o lugar principal de negocios ubicado en un Territorio Participante; (ii) Debe ser mayor de edad en el Territorio Participante en el que reside en el momento de la inscripción; (iii) Debe ser una agencia con soporte de ventas con un

ID de cuenta de administrador de Google (MCC) válido que realice negocios en el país en el que se encuentre el Participante al momento de participar en el Concurso; y (iv) Debe seguir siendo una agencia con soporte de ventas con un ID de cuenta de administrador de Google (MCC) válido hasta al menos el 31 de diciembre de 2026.

3.2. El participante deberá cumplir con todas y cada una de las obligaciones contractuales que tenga con Google fuera de estas Reglas durante el Concurso (incluyendo, sin limitación, los Términos y Condiciones de Google Ads y los Términos Específicos del Servicio de Productos Publicitarios de la Plataforma de Marketing de Google). El Concurso es nulo donde esté prohibido por ley. Los directores, funcionarios, empleados, pasantes, contratistas y titulares de cargos oficiales de Google, sus subsidiarias, afiliadas, empresas asociadas utilizadas para fines de evaluación, y sus respectivas agencias de publicidad y promoción, representantes y agentes ("Personas del Concurso"), y los miembros de las familias directas de las Personas del Concurso (padres, hermanos, hijos, cónyuges y parejas de hecho de cada uno, independientemente de dónde vivan) y los miembros de sus hogares (sean o no parientes) no son elegibles para participar en este Concurso. Google se reserva el derecho de verificar la elegibilidad y de resolver cualquier disputa a su entera discreción en cualquier momento.

3.3 El único determinante del tiempo para los fines de este Concurso será el/los dispositivo(s) oficial(es) de cronometraje utilizado(s) por Google.

4. PROMOTOR. El promotor del Concurso es Google LLC, cuyo domicilio social principal se encuentra en 1600 Amphitheatre Parkway, Mountain View, CA 94043, Estados Unidos.

5. PERIODO DE INSCRIPCIÓN. El concurso abre su plazo de inscripción a las 12 del mediodía, hora de la Ciudad de México, el 23 de junio de 2026 y cierra a las 5 de la tarde, hora de la Ciudad de México, el 3 de septiembre de 2026.

6. CÓMO PARTICIPAR.

6.1 NO ES NECESARIO REALIZAR NINGUNA COMPRA PARA PARTICIPAR O GANAR. Para participar, debe completar un formulario de inscripción electrónico en

- Formulario de inscripción México, Argentina, Colombia, Chile y Perú:
<https://business.google.com/es-all/accelerate/ads-impact-awards/>

Solo se permite un formulario de inscripción por agencia con soporte de ventas y con un ID de cuenta de Google Ads Manager (MCC) válido, por premio y por territorio participante.

6.2 Cuando una agencia con apoyo comercial opere en más de un Territorio Participante, no podrá presentar solicitudes para el mismo Premio en más de un Territorio Participante. La identidad de una agencia con apoyo comercial se determinará mediante el número de cuenta de Google Ads Manager (MCC) que figura en su Formulario de Inscripción y que coincide con su perfil.

7. Derechos de propiedad intelectual

7.1. Entre Google y usted, usted conserva la propiedad de todos los derechos de propiedad intelectual (incluidos los derechos morales) sobre cualquier contenido que envíe como parte de su participación en el Concurso. Al enviar una participación en el Concurso, usted otorga a Google, sus subsidiarias, agentes y empresas asociadas, una licencia irrevocable, sublicenciable, mundial, libre de regalías y no exclusiva durante la vigencia de cualquier derecho de propiedad intelectual sobre la participación para usar, copiar, reproducir, adaptar, modificar, publicar, distribuir, ejecutar públicamente, crear una obra derivada y mostrar públicamente su participación en el Concurso para cualquier propósito relacionado con el Concurso, tales como, pero no limitado a: (1) para permitir que Google y los Jueces evalúen su participación para los fines del Concurso e identifiquen a los ganadores al público, y (2) para fines de publicidad y promoción, y comunicaciones de prensa y medios; y todos los derechos legales y necesarios para que Google utilice la Participación según lo permitido por esta liberación.

7.2. Usted garantiza que tiene derecho a todos los derechos de propiedad intelectual sobre su participación y que no ha copiado su participación, en su totalidad o en parte, de ninguna otra obra existente.

7.3. Al participar en el Concurso, el Participante otorga a Google una licencia mundial, irrevocable, sublicenciable y no exclusiva para usar el nombre del Participante, el nombre de la empresa, las características de la marca y la dirección del sitio web con fines publicitarios y promocionales (incluida, sin limitación, la promoción del Concurso) durante todo el período de protección de las leyes de propiedad intelectual aplicables.

7.4. Los participantes aceptan participar en cualquier actividad promocional o de medios relacionada con el Concurso si resultan ganadores y, en ese caso, otorgarán a Google una licencia mundial, irrevocable, sublicenciable y no exclusiva para usar el nombre, la imagen y la semejanza del participante con fines publicitarios y promocionales.

8. JUICIO

8.1 Cada candidatura, junto con las métricas de rendimiento de las empresas, será evaluada por un panel de expertos compuesto por empleados del Patrocinador, Accenture y otros socios externos del sector («Jueces»). Aproximadamente el 3 de septiembre de 2026, cada candidatura será evaluada por los Jueces según los siguientes criterios, definidos para cada Premio en la Sección 8.3 (Categorías de los Premios).

El concurso se ofrecerá en diferentes territorios participantes en algunas o todas las siguientes categorías de premios (cada una, un “Premio”). Habrá un “Ganador” (según se define en la sección 9) por territorio participante en cada categoría. Los detalles sobre qué premios se ofrecerán en cada territorio participante se encuentran en la tabla a continuación:

Otorgar	Territorio participante
Premio a la Excelencia en IA	México, Argentina, Colombia, Chile, Perú
Premio al Impacto Creativo	México, Argentina, Colombia, Chile, Perú

Premio a la Innovación en Datos	México, Argentina, Colombia, Chile, Perú
Premio al Crecimiento Internacional	México, Argentina, Colombia, Chile, Perú
Premio al Logro en los Medios de Comunicación	México, Argentina, Colombia, Chile, Perú
Premio al Crecimiento de Aplicación (App)	México, Argentina, Colombia, Chile, Perú

8.2 Puede participar en cualquiera de los premios mencionados anteriormente disponibles en su territorio participante seleccionando la(s) opción(es) correcta(s) en su formulario de inscripción (una inscripción por tipo de premio). Sin embargo, primero debe asegurarse de cumplir con los requisitos para participar en el premio, consultando los criterios de elegibilidad que se detallan a continuación. La siguiente información también incluye los criterios de evaluación para cada premio.

8.2 Puede participar en cualquiera de los premios mencionados anteriormente disponibles en su territorio participante seleccionando la(s) opción(es) correcta(s) en su formulario de inscripción (una inscripción por tipo de premio). Sin embargo, primero debe asegurarse de cumplir con los requisitos para participar en el premio, consultando los criterios de elegibilidad que se detallan a continuación. La siguiente información también incluye los criterios de evaluación para cada premio.

8.3 CATEGORÍAS DE PREMIOS. Las categorías de premios del concurso para 2026 son: Excelencia en IA, Impacto creativo, Innovación de datos, Crecimiento internacional, Crecimiento de Aplicación y Logros en medios de comunicación.

8.3.1 Premio a la Excelencia en IA

- Debe enviar un máximo de la siguiente cantidad de caracteres en cada una de las siguientes secciones para describir por qué debería ganar el premio correspondiente:
 - Reto: 50-150 palabras: Describe los principales objetivos comerciales y de marketing de tu cliente que impulsan la campaña y por qué se requirió el uso de soluciones de Google Ads basadas en inteligencia artificial.
 - Enfoque: 50-400 palabras: Describa su estrategia general para el uso de soluciones basadas en IA en Google Ads. ¿Cómo implementó esta estrategia para sus clientes, aprovechando una combinación coherente de soluciones basadas en IA?
 - Resultados/Impacto: 50-250 palabras: Describa el impacto de su enfoque basado en IA, destacando lo que lo hizo excepcional y merecedor del premio a la Excelencia en IA. Incluya métricas que demuestren mejoras significativas en los indicadores clave de rendimiento (KPI) y señale visibles de que este enfoque liderado por IA logró un impacto que habría sido difícil de alcanzar con estrategias convencionales.
- Las candidaturas para esta categoría se evaluarán según los siguientes criterios:

- Uso del producto: Demostrar el uso de una combinación de soluciones de Google Ads basadas en IA.
- Resolución de problemas/estrategia: Un objetivo comercial claro y un desafío de marketing ambicioso, junto con una estrategia coherente basada en la IA que combine varias soluciones de Google Ads a lo largo del embudo de ventas para abordar dicho desafío.
- Uso eficaz de la IA: Experiencia en la coordinación de las soluciones de Google basadas en IA para que trabajen juntas de forma coordinada y superen lo que podrían lograr los enfoques más tradicionales o basados en un solo producto.
- Resultados/impacto: Mejora clara y creíble en los resultados, incluyendo avances significativos en los indicadores clave de rendimiento (KPI) y señales visibles de que este enfoque basado en IA logró un impacto que habría sido difícil de alcanzar con estrategias convencionales.

8.3.2 Premio al Impacto Creativo

- Debe enviar un máximo de la siguiente cantidad de caracteres en cada una de las siguientes secciones para describir por qué debería ganar el premio correspondiente:
 - Reto: 50-150 palabras: Describe el objetivo principal de la campaña de tu cliente y la idea clave que influyó en tu enfoque creativo.
 - Enfoque: 50-400 palabras: Describe tu estrategia y concepto creativos. ¿Cómo utilizaste las soluciones y formatos de Google Ads con inteligencia artificial para darles vida?
 - Resultados/Impacto: 50-250 palabras: Describe el impacto de la estrategia creativa, destacando lo que la convirtió en una campaña excepcional merecedora del premio al Impacto Creativo. Incluya indicadores clave que demuestren mejoras cuantificables en el impacto en la audiencia (por ejemplo, alcance, participación) y un aumento significativo en los resultados comerciales de su cliente.
- Las candidaturas para esta categoría se evaluarán según los siguientes criterios:
 - Uso del producto: Se ha demostrado el uso de los siguientes productos/formatos de Google Ads/YouTube, entre los que se incluyen:
 - Performance Max, Generación de demanda, campañas de alcance de vídeo, Anuncios de display de Google, etc.
 - Resolución de problemas/estrategia: Un objetivo de campaña claro y un reto o idea creativa, junto con una estrategia creativa coherente diseñada para abordarlo para el público objetivo a través de los formatos y canales pertinentes.
 - Uso eficaz de la IA: Experiencia en el aprovechamiento de las soluciones de inteligencia artificial de Google para mejorar el proceso creativo, generar ideas innovadoras y producir contenido de alta calidad en Google y YouTube.
 - Resultados/impacto: Mejora clara y creíble en los resultados, incluyendo ganancias cuantificables en el impacto en la audiencia (es decir, alcance, participación) y una mejora significativa en los resultados comerciales.

8.3.3 Premio a la Innovación en Datos

- Debe enviar un máximo de la siguiente cantidad de caracteres en cada una de las siguientes secciones para describir por qué debería ganar el premio correspondiente:
 - Reto: 50 - 150 palabras: Describe el objetivo de la campaña, el principal desafío y el punto de partida para la medición y la definición del público objetivo.

- Enfoque: 50-400 palabras: Describa la estrategia de medición para su cliente. ¿Cómo aprovechó la información obtenida de las soluciones de medición con IA de Google Ads para fundamentar su estrategia de campaña y optimizar su rendimiento?
- Resultados/Impacto: 50-250 palabras: Describa el impacto de su estrategia de datos basada en IA, destacando lo que la convirtió en una campaña excepcional merecedora del premio a la Innovación en Datos. Incluya cualquier métrica que demuestre mejoras cuantificables en los indicadores clave de rendimiento (KPI) del negocio, incluyendo el aumento del valor y la calidad del cliente.
- Las candidaturas para esta categoría se evaluarán según los siguientes criterios:
 - Uso del producto: Se ha demostrado el uso de los siguientes productos de Google Ads, entre los que se incluyen:
 - Conversiones mejoradas para clientes potenciales, Google Tag Gateway, Customer Match y Google Analytics.
 - Resolución de problemas/estrategia: Un objetivo empresarial claro y un desafío en materia de datos/medición, así como una estrategia de datos coherente diseñada para resolver dicho desafío y brindar un mejor soporte a la optimización.
 - Uso eficaz de la IA: Experiencia en el aprovechamiento de las soluciones de IA de Google para mejorar las capacidades de medición y extraer información más detallada de los datos de las campañas.
 - Resultados/Impacto: Mejora clara y creíble en los resultados, incluyendo mejoras demostradas en el rendimiento en los indicadores clave de rendimiento (KPI) y señales visibles de mayor valor y calidad para el cliente.

8.3.4 Premio al Crecimiento Internacional

- Debe enviar un máximo de la siguiente cantidad de caracteres en cada una de las siguientes secciones para describir por qué debería ganar el premio correspondiente:
 - Reto: 50-150 palabras: Describe el objetivo principal de la expansión internacional de la campaña de tu cliente. ¿Cuál fue la clave que te llevó a dirigirte a nuevos mercados?
 - Enfoque: 50-400 palabras: Describa su estrategia general para ingresar y expandirse en nuevos países o regiones. ¿Cómo utilizó las soluciones de Google Ads para respaldar el crecimiento de su cliente?
 - Resultados/Impacto: En 50-250 palabras, describa el impacto de su estrategia de crecimiento internacional para el negocio de su cliente, destacando lo que la convirtió en una campaña excepcional merecedora del premio al Crecimiento Internacional. Incluya indicadores clave que demuestren un fortalecimiento visible de la presencia en el mercado y el crecimiento de clientes en nuevos países o regiones (por ejemplo, un crecimiento demostrado en el desempeño de las exportaciones).
- Las candidaturas para esta categoría se evaluarán según los siguientes criterios:
 - Uso del producto: Demostrar el uso de una combinación de soluciones de Google Ads basadas en IA.
 - Resolución de problemas/estrategia: Un objetivo claro de crecimiento internacional y un reto de expansión, así como una estrategia coherente de entrada y expansión en el mercado, diseñada para aumentar las exportaciones y construir una presencia sostenible en nuevos países o regiones.
 - Uso eficaz de la IA: Experiencia en el aprovechamiento de las soluciones de Google basadas en inteligencia artificial para identificar, alcanzar y fidelizar clientes de alto valor en todos los mercados, optimizando al mismo tiempo el crecimiento y la eficiencia de las exportaciones.
 - Resultados/impacto: Mejora clara y creíble de los resultados, incluido un crecimiento

demostrado en el desempeño de las exportaciones y un fortalecimiento visible de la presencia en el mercado y la adopción por parte de los clientes en nuevos países o regiones.

8.3.5 Premio al Logro en los Medios de Comunicación

- Debe enviar un máximo de la siguiente cantidad de caracteres en cada una de las siguientes secciones para describir por qué debería ganar el premio correspondiente:
 - Reto: 50 - 150 palabras: Describe el objetivo de la campaña de tu cliente y el principal desafío que pretendías resolver.
 - Enfoque: 50-400 palabras: Describe la estrategia de medios para su cliente. ¿Cómo utilizó soluciones basadas en IA para identificar y llegar al público objetivo de su cliente en los momentos más críticos de su recorrido como cliente?
 - Resultados/Impacto: 50-250 palabras: Describe el impacto de su estrategia de medios, destacando lo que la convirtió en una campaña excepcional merecedora del premio al Logro en Medios. Incluya métricas clave que demuestren mejoras en los indicadores clave de rendimiento (KPI) de medios y negocios, como el aumento del alcance, la relevancia y/o el valor para el cliente.
- Las candidaturas para esta categoría se evaluarán según los siguientes criterios:
 - Uso del producto: Se ha demostrado el uso de los siguientes productos de Google Ads, entre los que se incluyen:
 - AI Max para búsqueda, Performance Max, generación de demanda, conexión web a aplicación, etc.
 - Resolución de problemas/estrategia: Un objetivo comercial claro/un desafío mediático, y una estrategia mediática integral y coherente diseñada para resolver el desafío llegando a las audiencias adecuadas a través de todos los canales.
 - Uso eficaz de la IA: Experiencia en el aprovechamiento de las soluciones de IA de Google para ofrecer experiencias publicitarias personalizadas y dirigidas con precisión a través de múltiples canales.
 - Resultados/impacto: Mejora clara y creíble en los resultados, incluyendo mejoras demostradas en los indicadores clave de rendimiento (KPI) de medios y negocios, y señales visibles de mayor alcance, relevancia y valor para el cliente.

8.3.6 Premio al Crecimiento de Aplicación (App)

- Debe enviar un máximo de la siguiente cantidad de caracteres en cada una de las siguientes secciones para describir por qué debería ganar el premio correspondiente:
 - Reto: 50-150 palabras: En un rango de 50 a 150 palabras, ¿qué aplicación(es) buscabas hacer crecer y cuál era tu principal objetivo de crecimiento?
 - Enfoque: En un rango de 50 a 400 palabras, describe tu estrategia. ¿Cómo utilizaste las soluciones impulsadas por IA en Google Ads para respaldar el crecimiento de la aplicación móvil?
 - Resultados / Impacto: En un rango de 50 a 250 palabras, resume el impacto de tu estrategia de crecimiento de aplicaciones, destacando qué la convirtió en una campaña excepcional merecedora del Premio al Crecimiento de Aplicaciones. Incluye métricas clave que demuestren el crecimiento en la adopción y el valor de la aplicación (por ejemplo, instalaciones y acciones en la aplicación/ingresos), así como un fortalecimiento visible en la calidad y el engagement del usuario a lo largo del tiempo.
- Las candidaturas para esta categoría se evaluarán según los siguientes criterios:
 - Uso del producto: Se ha demostrado el uso de los siguientes productos/formatos de

Google Ads/YouTube, entre los que se incluyen:

- Muéstranos cómo estás utilizando soluciones impulsadas por IA, como Web to App Connect, App Campaigns, etc., para lograr un crecimiento excepcional de tu aplicación móvil.
- Resolución de problemas/estrategia: Un objetivo de campaña claro y un reto o idea creativa, junto con una estrategia creativa coherente diseñada para abordarlo para el público objetivo a través de los formatos y canales pertinentes.
- Uso eficaz de la IA: Experiencia en el aprovechamiento de las soluciones de inteligencia artificial de Google para mejorar el proceso creativo, generar ideas innovadoras y producir contenido de alta calidad en Google y YouTube.
- Resultados/impacto: Mejora clara y creíble en los resultados, incluyendo ganancias cuantificables en el crecimiento de la aplicación (es decir, alcance, participación, instalaciones) y una mejora significativa

8.4 Para todos los premios, el participante que se considere que ha tenido el mejor desempeño general en todas las áreas mencionadas anteriormente con respecto a su Territorio Participante correspondiente ganará un premio para ese Territorio Participante. Sin embargo, Google podría no otorgar un premio en un Territorio Participante en particular si ningún participante en ese Territorio Participante tiene un nivel suficientemente alto. Para obtener más detalles sobre los procedimientos de evaluación, consulte la Sección 8 (Evaluación). En caso de que no haya suficientes solicitudes en una categoría específica, nos reservamos el derecho de considerar las solicitudes presentadas en otras categorías como posibles candidatas para el reconocimiento y el premio dentro de la categoría con solicitudes insuficientes.

9. GANADORES Y TROFEOS. El ganador de cada premio recibirá un trofeo y se le invitará a promocionar su condición de ganador en todo el material de ventas y marketing del Territorio Participante correspondiente. Esto está sujeto a (i) las directrices de uso de marca de Google, que se les proporcionarán, y (ii) la aprobación previa por escrito de Google para el uso exacto. Para aparecer en cualquier material de marketing de 2026, deberá seguir siendo una agencia con soporte de ventas y con un ID de cuenta de administrador de Google (MCC) válido hasta al menos el 31 de diciembre de 2026. El valor minorista aproximado del premio es indeterminado (el valor del premio se deriva, en parte, del valor del reconocimiento por haber sido galardonado).

10. CONDICIONES GENERALES. Google se reserva el derecho de descalificar a cualquier participante del concurso si, a su entera discreción, este no cumple con estas reglas, intenta sabotear el funcionamiento legítimo del concurso mediante trampas, engaños u otras prácticas de juego desleales, molesta, abusa, amenaza o acosa a otros participantes, a Google o a cualquiera de los jueces, o su conducta es contraria al espíritu o la intención del concurso. Antes de ser declarado ganador, cada posible ganador deberá firmar y devolver una Declaración de Elegibilidad y Responsabilidad y una Autorización de Marketing, así como proporcionar cualquier información adicional que el patrocinador pueda requerir.

11. PRIVACIDAD:

11.1 Los participantes aceptan —y garantizan además que solo permitirán que empleados de su agencia, o delegados identificados en nombre de la agencia, asistan a cualquier evento o activación relacionada con los Premios —incluidas, entre otras, cumbres de premios, paneles y otros eventos organizados por Google en relación con los Premios Google Ads Impact—, siempre que dicho delegado también acepte, que los datos personales, incluidos, entre otros, el nombre, la dirección postal, el número de teléfono y la dirección de correo electrónico («Datos Personales»), puedan ser recopilados, procesados, almacenados y utilizados de otro modo para los fines de la realización y administración del Concurso. Estos datos también podrán ser utilizados por Google para verificar la identidad, la dirección postal y el número de teléfono de un participante en caso de que este califique para algún Premio aplicable, así como para entregar el/los Premio(s) correspondiente(s). Toda la información personal que se recopile del participante está sujeta a la Política de Privacidad de Google, disponible en <https://www.google.com/policies/privacy/>.

11.2 Usted declara y garantiza, con respecto a cualquier Dato Personal que recopile de sus anunciantes clientes y que se utilice como parte del Concurso (ya sea en envíos o dentro de estudios de caso), que dichos Datos Personales se han recopilado de conformidad con todas y cada una de las leyes, directivas, reglamentos y normas de privacidad, seguridad de datos y protección de datos en cualquier jurisdicción aplicable a usted o a sus anunciantes clientes, y que dichos anunciantes clientes han dado su consentimiento para permitir que Google utilice sus Datos Personales en estudios de caso del Concurso y para contactar directamente a sus anunciantes clientes para entrevistas, permiso de uso de estudios de caso e invitarlos a participar en eventos. Al solicitar el consentimiento, debe conservar registros del consentimiento otorgado por su anunciante cliente; y proporcionar a su anunciante cliente instrucciones claras para la revocación del consentimiento. Si no cumple con este requisito, podemos suspender o cancelar su participación en el Concurso.

12. PUBLICIDAD Y LICENCIA. Al aceptar un Premio, el Participante acepta que Google y sus agencias utilicen su nombre y/o imagen (y declara que sus delegados que asistan o participen en cualquier activación o evento relacionado con o derivado de los Premios Google Ads Impact también aceptan dicho uso de sus nombres y/o imágenes y firmarán una autorización si Google así lo requiere), nombre comercial y sitio web para fines publicitarios y promocionales sin compensación adicional. Como condición para participar, el Participante otorga a Google, sus subsidiarias, agentes y empresas asociadas, una licencia mundial, libre de regalías y no exclusiva para usar, reproducir, adaptar, modificar, publicar, distribuir, ejecutar públicamente, crear una obra derivada y mostrar públicamente todas las participaciones en el concurso y cualquier material adjunto (incluyendo, entre otros, el nombre, el logotipo, las imágenes relacionadas y otras características de la marca del Participante) durante el período máximo permitido por la ley (en todas las formas en que se puedan expresar, incluyendo, entre otras, papel y formato electrónico): (1) con el fin de permitir que Google y los Jueces evalúen la participación para los fines del Concurso, y (2) como una demostración de las experiencias de los Ganadores para ser mostrada en línea. El Participante otorga a Google permiso para utilizar los datos y experiencias en línea compartidos del Participante en los materiales de marketing de Google.

13. GARANTÍA E INDEMNIZACIÓN: En la máxima medida permitida por la ley, cada participante indemniza y acepta defender, mantener indemnes y mantener indemnes a Google y Accenture PLC y sus respectivas filiales, directores, funcionarios y empleados en todo momento de y contra cualquier pérdida, responsabilidad, daño, costo, tarifa (incluidos los honorarios razonables de abogados) y gastos relacionados con cualquier alegación, reclamo, acción, demanda o procedimiento que surja de o esté relacionado con: (a) cualquier acto, incumplimiento u omisión del participante y/o un incumplimiento de la garantía establecida en estas Reglas; (b) cualquier declaración falsa hecha por el participante en relación con el Concurso; (c) cualquier incumplimiento por parte del participante con estas Reglas; (d) reclamos presentados por personas o entidades que no sean las partes de estas Reglas que surjan de o estén relacionados con la participación del participante en el Concurso; (e) aceptación, posesión, mal uso o uso de cualquier premio o participación en cualquier actividad relacionada con el Concurso o participación en este Concurso; (f) cualquier error en la recopilación, procesamiento o retención de la información de participación; o (g) cualquier error tipográfico o de otro tipo en la impresión, oferta o anuncio de cualquier premio o Ganadores.

14. ELIMINACIÓN: Cualquier información falsa proporcionada en el contexto del Concurso por cualquier Participante en relación con la identidad, dirección postal, número de teléfono, dirección de correo electrónico, titularidad de derechos o incumplimiento de estas Reglas o similares puede resultar en la eliminación inmediata del Participante del Concurso, además de cualquier otro recurso aplicable.

15. INTERNET: En la máxima medida permitida por la ley, Google no es responsable de ningún mal funcionamiento de las herramientas o funciones de Google Ads o Google Marketing Platform ni de ninguna entrada tardía, perdida, dañada, mal dirigida, incompleta, ilegible, no entregable o destruida debido a errores del sistema, fallos, fallos incompletos o distorsionados de transmisión informática u otras telecomunicaciones, fallos de hardware o software de cualquier tipo, conexiones de red perdidas o no disponibles, errores y fallos tipográficos o del sistema/humanos, mal funcionamiento técnico de cualquier red o línea telefónica, conexiones de cable, transmisiones satelitales, servidores o proveedores, o equipo informático, congestión del tráfico en Internet o en el sitio de Google Ads, o cualquier combinación de los mismos, incluidos otros fallos de telecomunicaciones, cable, digitales o satelitales que puedan limitar la capacidad de un participante para participar.

16. DERECHO A CANCELAR, MODIFICAR O DESCALIFICAR: Si por cualquier motivo el Concurso (o parte del mismo) no puede desarrollarse según lo previsto, incluyendo la infección por virus informáticos, errores, manipulación, intervención no autorizada, fraude, fallos técnicos o cualquier otra causa que corrompa o afecte la administración, seguridad, imparcialidad, integridad o correcta realización del Concurso, Google se reserva el derecho, a su entera discreción, de cancelar, finalizar, modificar o suspender el Concurso. Google también se reserva el derecho de descalificar a cualquier participante que manipule el proceso de envío o cualquier otra parte del Concurso. Cualquier intento por parte de un participante de dañar deliberadamente cualquier sitio web relevante o de socavar el funcionamiento legítimo del Concurso puede constituir una violación de las leyes penales y civiles y, en caso de que se produzca dicho intento, Google se reserva el derecho de reclamar daños y perjuicios a dicho participante en la máxima medida permitida por la ley aplicable.

17. NO ES UNA OFERTA NI UN CONTRATO DE EMPLEO: Bajo ninguna circunstancia la presentación de un formulario de inscripción, la obtención de un premio o cualquier disposición de estas bases se interpretará como una oferta o contrato de empleo con Google. Usted reconoce que ha participado en este concurso de forma voluntaria y no en confianza ni fideicomiso. Usted reconoce que no existe ninguna relación confidencial, fiduciaria, de agencia ni de otro tipo, ni contrato implícito, entre usted y Google o las entidades organizadoras del concurso, y que no se ha establecido ninguna relación de este tipo.

18. LEY APLICABLE Y JURISDICCIÓN:

18.1 Para todos los participantes ubicados en territorios participantes distintos de la región EMEA: En la máxima medida permitida por la ley aplicable, estas Reglas y el Concurso se regirán e interpretarán conforme a las leyes del estado de California, sin referencia a sus principios de conflicto de leyes. En caso de conflicto entre leyes, normas y reglamentos extranjeros y las leyes, normas y reglamentos de California, prevalecerán las leyes, normas y reglamentos de California. En la máxima medida permitida por la ley aplicable, Google y todos los participantes, conforme a esta Sección 18.3, aceptan someterse a la jurisdicción exclusiva y personal de los tribunales ubicados en el Condado de Santa Clara, California.

19 IDIOMA: En caso de discrepancia o inconsistencia entre los términos de estas Reglas y cualquier material relacionado (incluidos, entre otros: el sitio web, las traducciones de estas Reglas a otros idiomas, el punto de venta, la televisión, la publicidad impresa o en línea, cualquier instrucción o interpretación de estas Reglas dada por un empleado u otro representante de Google), los términos de estas Reglas en inglés prevalecerán, regirán y controlarán en la máxima medida permitida por la ley.