

# Políticas de confidencialidad y publicación

Effie Worldwide es una organización que premia la eficiencia de las comunicaciones de marketing, destaca las ideas de marketing que funcionan y fomenta el diálogo reflexivo sobre los impulsores de la efectividad del marketing. Para ayudar a cumplir esta misión y proporcionar aprendizaje a la industria, Effie confía en la voluntad de los participantes en compartir sus estudios de casos finalistas y ganadores con la industria.

**Al proporcionar permiso para publicar su caso escrito, usted está:**

1. **Mejorando la industria.**  
Al permitir que otros especialistas en marketing aprendan de su éxito, está inspirando a la industria a elevar el nivel y mejorar su comercialización.
2. **Mejorando a los futuros líderes de nuestra industria.**  
Las Universidades utilizan estudios de caso de Effie en sus cursos y los participantes de Effie College aprenden a escribir sus propias presentaciones efectivas aprendiendo de las suyas.
3. **Mostrar el éxito de su equipo en lograr uno de los máximos honores de marketing del año**  
Effie ayuda a atraer nuevos talentos, demostrar la importancia del marketing en los negocios y fortalecer las relaciones agencia – cliente.

Para ayudar a aliviar las preocupaciones de confidencialidad, las siguientes páginas describen las políticas de Effie sobre confidencialidad y la publicación de presentaciones. Se alienta a los participantes a comunicarse con Effie por cualquier pregunta o inquietud sobre nuestras políticas de confidencialidad.

## Publicación de entrada

### Formulario de inscripción escrito

Effie Awards Ecuador ofrece a los finalistas y ganadores la oportunidad de publicar casos escritos en la Base de datos de casos de Effie Worldwide, lo que a su vez ayuda a inspirar a la industria y hacer su parte para mejorar el marketing. Los participantes que dan permiso para publicar su caso escrito pueden tener su caso en el sitio web de Effie Worldwide o en sitios web o publicaciones de socios de Effie.

En el espíritu de aprendizaje que representa Effie, lo alentamos a que comparta sus estudios de caso para que podamos mejorar el marketing.

Respetamos que los casos pueden tener información considerada confidencial. Se pregunta a los participantes si se otorga o no permiso de publicación de los casos.

Seleccione las siguientes opciones:

- “Sí”** – Si selecciona sí, acepta que el formulario de inscripción por escrito puede publicarse, reproducirse y mostrarse con fines educativos tal como se envió.

- “Sí** – Si selecciona esta opción, se publicará, reproducirá y/o mostrará una versión editada de su caso de estudio con fines educativos. Los participantes pueden redactar datos confidenciales en esta versión pública; solo los jueces verán la presentación original.
- “BAJO REVISIÓN”** – Si selecciona esta opción, Effie se comunicará con su equipo si el caso se convierte en finalista para analizar más a fondo las opciones de su publicación para su caso. Los participantes finalmente tendrán la opción de no publicar su caso escrito, pero Effie alienta a sus participantes a considerar publicar al menos una versión editada.

**El caso escrito es la única parte del caso que debe contener información confidencial.** Por esta razón, el caso escrito es la única parte de la inscripción que se incluye en la política de permiso de publicación anterior. El trabajo creativo (piezas), el resumen público del caso y la declaración de efectividad no necesitan incluir información confidencial y se mostrarán de varias maneras si su participación se convierte en finalista o ganadora.

El trabajo enviado debe ser original o debe haber recibido los derechos para enviarlo.

## **Preocupaciones de confidencialidad en el caso escrito**

### **Jurados**

Todos los jurados se realizan en lugares seguros dirigidos por moderadores de Effie y los jurados deben firmar acuerdos de confidencialidad antes de que comiencen las rondas de juzgamiento. Los jueces no pueden eliminar materiales de la ronda de evaluación y se combinan individualmente con casos y categorías que no representan conflicto de intereses. Por ejemplo, un juez de la industria de bebidas no juzgará la categoría bebidas.

### **Index Data**

Si bien la evaluación es confidencial y los participantes pueden seleccionar permisos de publicación para su caso escrito. Effie entiende que algunos participantes aún pueden tener inquietudes con respecto a la información confidencial. Al presentar datos numéricos dentro del caso, los participantes pueden optar por proporcionar esos números en porcentajes o índices, de modo que se retengan los números reales. Además, a menos que el participante opte por permitir que Effie publique el caso tal como fue presentada si se convierte en finalista o ganador, solo los jueces verán el caso escrito tal como se envió.

## **Publicación de entrada**

## **Materiales creativos y resumen de casos**

El material creativo y resumen del caso que envíe al concurso pasará a ser propiedad de Effie Worldwide y de los premios Effie y no serán devueltos. Al ingresar su caso en la competencia, Effie Awards Ecuador/ Effie Worldwide se otorgan automáticamente el derecho de hacer copias, reproducir y mostrar los materiales creativos, resúmenes de casos y declaraciones de efectividad dentro del contexto de su entrada en Effie con fines educativos y publicitarios.

El trabajo creativo, los resúmenes de casos y la declaración de efectividad pueden presentarse en el Effie Awards Journal, el sitio web de Effie Worldwide, los sitios web asociados, comunicados de prensa/boletines/conferencias y gala de premios Effie.

El material creativo presentado a los premios Effie se debe incluir todas las imágenes y videos desarrollados en la campaña. El resumen del caso es su resumen público de 90 palabras y una declaración de efectividad de 80 palabras de su caso.

Los participantes no deben incluir información confidencial en estos elementos.

## **Preocupaciones de confidencialidad de piezas creativas**

- Según las reglas de Effie, en las piezas creativas, ni en imágenes ni videos pueden incluir resultados del caso.
- Solo se requiere que los participantes muestren ejemplos del trabajo creativo integral que se ejecutó en el mercado. La información confidencial no debe aparecer en las piezas creativas.
- Los participantes deben tener los derechos para mostrar todos los elementos presentados en las piezas creativas.

## **Preocupaciones de confidencialidad en el resumen del caso y declaración de efectividad**

No se recomienda a los participantes incluir información confidencial en ninguno de los siguientes elementos.

### • **Resumen de caso público en 90 palabras**

Proporcione un resumen de lo que fue su caso. El resumen del caso puede publicarse en el Effie Awards Winners Journal y en Effie Case Study Database.

El resumen debe escribirse como si fuera juzgado. El uso de al menos tres oraciones completas resume el caso y su objetivo. Indique los objetivos y cómo la evidencia de los resultados se relaciona directamente con esos objetivos (números concretos o porcentajes vs terminos generales como “ventas record” o “gran éxito”). Piense en el resumen del caso como un tweet largo, un mini-caso o un discurso.

Ejemplos de resúmenes bien escritos:

[http://www.effie.org/case\\_studies/case/2243](http://www.effie.org/case_studies/case/2243)

[http://www.effie.org/case\\_studies/case/2184](http://www.effie.org/case_studies/case/2184)

Resumen del caso en 90 palabras

### • **Declaración de efectividad en 80 palabras**

Proporcione una declaración de 80 palabras máximo sobre la efectividad de su caso.

La intención de esta declaración es proporcionar una mayor comprensión de por qué su caso merecía el status de finalista o un premio. Es una oportunidad para mostrar el éxito de su esfuerzo. Puede elegir mencionar su resultado más importante, por qué el esfuerzo fue efectivo o significativo para la marca, el aprendizaje más importante extraído de este caso o un hecho interesante / divertido sobre el trabajo

Ejemplos:

- Obtuve más de 600 millones de impresiones de medios en solo 8 semanas
- Trajo a nuevos usuarios a una categoría en declive y aumentó las interacciones sociales.

Declaración de efectividad en 80 palabras

--