

BASES DE PARTICIPACIÓN

PREMIOS DE CREATIVIDAD EXTERIOR JCDecaux 2025

Los Premios JCDecaux de Creatividad Exterior reconocen e impulsan el talento, las ideas creativas y las buenas campañas en el medio exterior, realizadas por las agencias creativas, agencias de medios y los anunciantes en Chile.

1. FECHAS DEL CONCURSO 2025

Las fechas de la convocatoria son las siguientes:

- Plazo para inscripción de campañas: hasta las 23:59 del viernes 01 de Agosto 2025.
- Publicación shortlist: semana del 11 de Agosto 2025.
- Publicación de los ganadores: semana del 01 de Septiembre 2025.

2. ¿QUIÉNES PUEDEN PARTICIPAR?

- Pueden participar agencias creativas, agencias de medios y anunciantes.
- Pueden participar campañas exhibidas por JCDecaux Chile entre el 01 de Julio 2024 y el 31 de Julio 2025.
- Se puede inscribir más de una campaña en una misma o distintas categorías, ya que no hay límite de participación. El único requisito es que cada campaña se presente de manera independiente, a través del formulario de inscripción.
- La inscripción no tiene coste, es de carácter gratuito.

3. ¿EN QUÉ CATEGORÍAS?

3.1. CATEGORÍA EJECUCIÓN VISUAL

Podrán presentarse campañas diseñadas para cualquier soporte convencional o digital en cualquier entorno o formato de publicidad exterior. Puede abarcar las siguientes ejecuciones:

- **Print:** cualquier cartelería en soportes OOH en cualquier entorno. Puede incluir impresiones sobre soportes OOH/DOOH como vinilos parciales/integrales o marketing espectacular.
- **Digital:** cualquier contenido digital, con y sin movimiento, en soportes DOOH en cualquier entorno desde mobiliario urbano, centros comerciales o transportes. Puede incluir ejecuciones tanto en 2D como 3D.

Se valorarán tanto la idea creativa como el uso óptimo del lenguaje visual en la comunicación aplicado a formatos convencionales con contenidos de papel/impresos, o formatos digitales con contenido digital orientado a generar un impacto visual.

Los criterios de evaluación de una campaña de Ejecución Visual deben responder a una buena idea creativa, un óptimo diseño visual y su correcta adaptación a un formato de exterior.

Para evaluar esta categoría, además de la revisión del jurado, se considerarán los resultados que tenga la campaña en nuestro sistema de evaluación de artes OPTIX, que permite generar análisis de los artes basados en Inteligencia Artificial.

3.2. CATEGORÍA PROYECTOS ESPECIALES

Podrán presentarse campañas diseñadas para cualquier soporte convencional o digital, en cualquier entorno o formato de exterior. Se valorarán aquellas campañas que trasciendan el lenguaje visual pudiendo llegar a interactuar con el usuario, ya sea mediante la integración en soporte de tecnología interactiva/sensorial o activaciones experienciales en calle no asociadas a soporte. También se pueden incluir construcciones especiales que transformen el soporte, generando un mayor impacto. Puede abarcar las siguientes ejecuciones:

- **Digital Interactivo:** cualquier campaña en soportes OOH transformados o DOOH nativos que emitan contenidos digitales enfocados a generar interacción con el usuario. Pueden incluir aquellas campañas que buscan la participación del consumidor mediante pantallas digitales/táctiles, tecnología de movimiento, RV/RA, uso de móviles e integración/amplificación en redes sociales, juegos interactivos o contenido dinámico conectado a *feeds* de data.
- **Experiencias Asociadas a Soporte:** cualquier campaña en soportes OOH/DOOH que involucre al usuario mediante interacción física directa con el soporte. Puede incluir experiencias inmersivas a gran o pequeña escala, a través de marketing experiencial y sensorial. La experiencia debe asociarse a la existencia de un soporte de exterior en cualquier entorno o formato.
- **Experiencias No Asociadas a Soporte:** cualquier activación de exterior no asociada a soportes OOH/DOOH que genere interacción entre usuario y marca. Puede incluir instalaciones especiales o activaciones que impliquen algo en directo y son presenciadas por un público en tiempo real como stands de marca, eventos promocionales, street marketing o PR, realizado en conjunto con JCDecaux.
- **Construcciones Especiales:** cualquier campaña que conlleve transformaciones del soporte con construcciones especiales como, por ejemplo, corpóreos que modifiquen la morfología original del soporte.

Los criterios de valoración de una campaña de Experiencia de Marca pueden responder, por un lado, al aprovechamiento creativo y no convencional de los soportes, o a la generación de una experiencia, que puede ser interactiva/inmersiva entre usuario y soporte o con el entorno y los espacios públicos donde se desarrolla la acción.

3.3. CATEGORÍA DIGITAL OUT-OF-HOME

Podrán presentarse campañas exhibidas en los soportes de JCDecaux, adaptadas a las plataformas DOOH (MUPIs Digitales y Gran Formato Digital), aprovechando las posibilidades creativas propias del medio como la contextualización de los mensajes y 3D.

Puede abarcar cualquier contenido digital, con o sin movimiento, en soportes DOOH de JCDecaux en cualquier formato: mobiliario urbano o pantallas gran formato. Puede incluir ejecuciones tanto en 2D como en 3D.

Los criterios de valoración de una campaña de Digital Out-Of-Home pueden responder al tratamiento creativo específicamente pensado para DOOH, el aprovechamiento del potencial del medio, tanto en dinamismo, relevancia e impacto visual, como el mantener la efectividad creativa. JCDecaux podrá utilizar sus herramientas in-house para generar análisis basados en Inteligencia Artificial como apoyo del jurado.

3.4. CATEGORÍA USO EFICAZ DEL MEDIO EXTERIOR

Podrán presentarse aquellas campañas exhibidas en los soportes de JCDecaux que demuestren el uso eficaz del medio exterior. No se premiará el éxito de una actuación empresarial ni de marketing, sino la demostración de la eficacia que la comunicación comercial ha tenido a través del uso del medio exterior, de acuerdo con los datos aportados en el caso.

Los criterios de valoración de una campaña de Efectividad estarán basados en el análisis de KPIs. Se deberán entregar KPIs comprobados, cualitativos y/o cuantitativos, generados por la campaña (fuente + metodología de obtención). Estos resultados deben estar en línea con los objetivos de campaña, y servirán para demostrar su efectividad destacada en OOH.

A continuación, se especifican los criterios que deben ser explicitados en el caso:

- **Estrategia:** Se valorará la estrategia de la comunicación desarrollada en medio exterior.
- **Idea y Ejecución:** Se valorará el grado de innovación que supone la solución aportada y, muy especialmente, las nuevas ideas creativas en el uso del medio exterior.
- **Resultados:** Se valorará el nivel de retorno de la inversión realizada en comunicación, su explicación y justificación. Se valorará la calidad y la innovación de las herramientas de medición utilizadas para demostrar los efectos de la comunicación.

Para participar en esta categoría será requisito explicar la campaña directamente en el campo del formulario o adjuntando un documento en PDF, ambos textos deben ser de máximo 3.500 palabras (fuente del PDF tipo Arial o similar a tamaño 11). La información debe detallar los puntos mencionados de Estrategia – Idea y Ejecución – Resultados, estos serán considerados de forma explícita en la evaluación.

3.5. PARTICIPACIÓN EN PREMIOS JCDECAUX ESPAÑA 2026

Todos los participantes que confirmen en el formulario de inscripción su deseo de inscribir automáticamente su campaña en los Premios JCDecaux España 2026, quedarán participando en la categoría Iberoamérica. Esta confirmación solo asegura la participación en el evento, sin implicar ningún compromiso adicional. En caso de que la campaña llegue a la final, la eventual asistencia al evento de premiación en España será responsabilidad exclusiva de cada participante.

4. EL JURADO

Los integrantes del Jurado serán profesionales destacados del sector. De entre sus miembros, uno será nombrado presidente. Los miembros del Jurado, se comprometen a guardar estricta confidencialidad sobre las deliberaciones. Asimismo, cada miembro del Jurado se abstendrá de votar y no aportará opiniones en todas las piezas presentadas en la que tenga alguna relación comercial/profesional directa.

El Jurado tiene la obligación de declarar un shortlist de los participantes y luego el ganador por cada categoría, según las fechas indicadas en el punto 1 de las presentes bases.

El Jurado se reserva el derecho a efectuar los cambios que considere oportunos en aras a la mejora de los premios, respetando la estructura de las categorías expuestas en las presentes bases. Las decisiones adoptadas por el Jurado del certamen son definitivas e irrevocables, siempre que se adapten a las presentes bases.

5. DERECHOS

Los participantes ceden el derecho de uso y difusión de las piezas presentadas a concurso a efectos de comunicación pública de JCDecaux Chile. Dichas piezas podrán ser incluidas en dosieres físicos o electrónicos de JCDecaux Chile, como ejemplo de creatividad aplicada al medio Exterior. Los participantes que resulten finalistas y/o ganadores ceden sus derechos de imagen a efectos de promoción y comunicación pública de JCDecaux Chile, en sus canales propios y comunicados de prensa a terceros, así como de registro y publicidad de la actividad y del negocio del Grupo Empresarial al que pertenece JCDecaux Chile.

Los participantes que resulten finalistas y/o ganadores, aceptan y consienten que JCDecaux Chile, no será responsable de los distintos usos que las redes sociales y/o sus usuarios puedan hacer de los datos/imagen en el momento en que sean subidos en cualquier red social.

La participación supone la aceptación expresa de las presentes bases de participación. JCDecaux Chile se reserva el derecho de admisión de cualquier pieza presentada a concurso.

JCDecaux Chile se reserva el derecho a realizar cambios en el concurso y sus bases en caso de fuerza mayor o condiciones adversas específicas que ameriten la modificación.