

El concurso YouTube Works (el “Concurso”) está organizado por Google Ireland Limited, cuyo centro de actividad principal se encuentra en Gordon House, Barrow Street, Dublín 4, Irlanda (“Google”).

Para participar en el Concurso, todas las empresas participantes (“**Empresa**” o “**Participante**”) deben leer y aceptar estos términos y condiciones (“**Términos**”). La Empresa acepta que si un representante de una Empresa (por ejemplo, un empleado o un director) (un “**Representante**”) hace clic en la casilla de verificación del formulario de registro, se considerará que está de acuerdo con estos Términos. La Empresa no podrá recibir un premio en relación con este Concurso a menos que acepte estos Términos. La persona que acepte los Términos en nombre de la Empresa garantiza que dispone de capacidad legal suficiente para hacerlo.

1. Requisitos de participación

- 1.1. Para poder participar en el Concurso, se deben cumplir las siguientes condiciones durante todo el Concurso:
 - a. La Empresa debe estar establecida y tener una dirección de facturación en España.
 - b. La Empresa no debe: (i) residir en un país al que Estados Unidos haya impuesto un embargo, (ii) residir de forma habitual en un país al que Estados Unidos haya impuesto un embargo, (iii) tener prohibida la participación en el Concurso debido a los controles de exportación y programas de sanciones aplicables, ni (iv) ser una entidad que pertenezca al Gobierno de forma global o parcial, a un empleado del Gobierno, o a un empleado de una entidad controlada por el Gobierno.
 - c. Los Representantes deben ser mayores de 18 años y no deben ser empleados, ejecutivos o directores de Google, sus filiales y empresas afiliadas, ni ser familiares directos de estas personas o convivir con ninguna de ellas.
- 1.2. La Empresa proporcionará una copia de estos Términos a sus Representantes. La Empresa cumplirá todas las leyes, normativas y obligaciones fiduciarias que se apliquen a la participación en este Concurso, incluidas, entre otras, las leyes antisoborno, y se asegurará de que todos los Representantes las cumplan.
- 1.3. Los Representantes reconocen que todos los premios se otorgan a su Empresa y no a ellos personalmente.
- 1.4. Los Participantes pueden enviar más de una candidatura al Concurso.
- 1.5. Google tomará todas las decisiones relacionadas con los requisitos de participación en el Concurso a su total discreción. Google se reserva el derecho de verificar el cumplimiento de los requisitos de participación en el Concurso y de resolver cualquier disputa que se pueda plantear. No se aceptará ninguna reclamación al respecto.

2. Cómo participar

- 2.1. Para participar en el Concurso, los Participantes deben hacer lo siguiente:
 - a) Enviar una candidatura a través del sitio web del Concurso, cuya dirección es <https://www.youtube.com/intl/es/ads/youtube-works/>, que cumpla los Requisitos de la Candidatura que se describen a continuación (establecidos por Google a su total discreción). En la candidatura se debe detallar cómo se ha usado YouTube para llevar a cabo campañas de marketing de gran efectividad. Además de YouTube, la campaña puede haber sido implementada en otros canales, tanto digitales como no digitales.

- b) La candidatura debe cumplir los siguientes requisitos (“Requisitos de la Candidatura”):
- i. No debe incluir, incorporar ni utilizar contenido, material o elementos que sean ilegales o infrinjan la legislación aplicable o sean contrarios a ella.
 - ii. No debe ser despectiva, ofensiva, amenazante, difamatoria, injuriosa o denigrante, ni incluir ningún tipo de contenido que sea inapropiado, sexual, vulgar, indecente, retorcido, calumnioso o discriminatorio, que incite al odio o al daño contra individuos o grupos de personas, o que infrinja de otra forma el espíritu del Concurso que haya establecido Google según su criterio.
 - iii. No debe incluir contenido, material o elementos que infrinjan los derechos de terceros.
 - iv. Debe haber sido redactada por el Participante y tiene que tener la aprobación de la marca.
 - v. Debe estar relacionada con una campaña que haya estado activa (en parte o en su totalidad) en YouTube entre el 1 de enero del 2024 y el 30 de abril del 2025, si bien podría continuar activa más allá de dicho periodo.
 - vi. Se requiere que la campaña haya incorporado acciones de publicidad pagada en YouTube.
 - vii. Cada campaña será inscrita una única vez, pudiendo aplicar en un máximo de 2 categorías:
 1. **“Colaboración: Marcas y Creadores”**: Premio a la campaña que establezca la mejor colaboración creativa y estratégica en YouTube con un creador de contenido.
 2. **“Variedad Creativa”**: Premio a la campaña que mejor adapte sus creatividades a múltiples formatos, duraciones y dispositivos con YouTube.
 3. **“Mejor Planificación Audiovisual”**: Premio a la campaña que mejor demuestre el uso de YouTube como plataforma audiovisual masiva.
 4. **“Impacto en Marca”**: Premio a la campaña que mejor impulse resultados de alcance, notoriedad y recuerdo de marca con YouTube.
 5. **“Impacto en Ventas”**: Premio a la campaña que mejor impulse ventas, conversiones, tráfico web, clics o visualizaciones con YouTube.
 - viii. **Validez de la Inscripción**: Para ser considerada elegible, la campaña debe utilizar vídeos alojados en YouTube, y los enlaces (links) correspondientes deben ser proporcionados en el formulario de inscripción. Los enlaces proporcionados deben permanecer activos hasta el 31 de diciembre de 2025.
 - ix. El formulario de inscripción debe completarse en español.

2.2. Todos los datos que se proporcionen a lo largo del proceso de registro deben ser completos y correctos.

3. Fechas clave

3.1. El Concurso comienza a las 00:00 GMT +2 del 06 de mayo de 2025 y el plazo de envío de candidaturas finaliza a las 23:59 GMT +2 del 20 de junio de 2025 (“Periodo del Concurso”). Todas las candidaturas se deben enviar durante el Periodo del Concurso. Cualquier candidatura que se reciba después del Periodo del Concurso quedará descalificada automáticamente.

3.2. Los ganadores se anunciarán en el sitio web del Concurso durante el mes de octubre de 2025

4. Selección de los ganadores

4.1. Después del Periodo del Concurso, las candidaturas se juzgarán por un panel inicial de un jurado (“Jurado de la Primera Ronda”) compuesto por empleados de Google con experiencia en publicidad, quienes evaluarán las candidaturas de acuerdo a los Criterios de Evaluación descritos en estos Términos.

4.2. El Jurado de la Primera Ronda asignará un puntaje a cada campaña para ordenar la lista de candidaturas y enviará el listado completo al jurado final. El jurado final estará formado por un jurado independiente (“Jurado Final”).

4.3. El Jurado Final podrá decidir cambiar la categoría de una candidatura preseleccionada por otra(s) diferente(s) a la(s) que se haya(n) elegido al enviar la candidatura.

4.4. El Jurado Final evaluará las candidaturas de acuerdo a los Criterios de Evaluación descritos en estos Términos y seleccionará a un ganador por categoría. Al seleccionar al ganador de cada categoría, el Jurado Final puede tomar en consideración o ignorar el puntaje y el orden establecido por el Jurado de la Primera Ronda.

4.5. GRAND PRIX: además de seleccionar al ganador de cada categoría, el Jurado Final otorgará el Grand Prix a la campaña que haya demostrado mejor el trabajo más efectivo, creativo y basado en datos que haya generado resultados empresariales demostrables. Este es un premio especial otorgado a los ganadores de las 4 categorías listadas en el punto 2.

4.6. INNOVACIÓN CON IA: el Jurado Final también otorgará el premio especial a la mejor Innovación con IA a la campaña que mejor haya transformado sus resultados o su creatividad con inteligencia artificial. Este es un premio especial otorgado a los ganadores de las 4 categorías listadas en el punto 2.

4.7. Criterios de Evaluación:

El Jurado de la Primera Ronda y el Jurado Final evaluarán las candidaturas a las 4 categorías del punto 2, de acuerdo a los siguientes criterios.

El **aporte de métricas** y datos cuantificables que demuestren el impacto de la campaña son un factor clave en la evaluación del jurado.

IDEA Y ESTRATEGIA GENERAL	<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué tan clara, precisa y accionable fue la estrategia de la campaña al abordar el problema de negocio que se pretendía resolver?	20%
ESTRATEGIA CREATIVA Y EJECUCIÓN	<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué tan buena fue la ejecución creativa en llevar a la vida el concepto creativo de la campaña?• ¿Qué tan bien se ejecutó la idea creativa para lograr el propósito estratégico de la campaña?	25%
ESTRATEGIA Y EJECUCIÓN EN YOUTUBE	<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué papel estratégico desempeñó YouTube para lograr eficazmente los objetivos de la campaña?• ¿Qué tan bien se aprovecharon la variedad creatividad y las funcionalidades nativas de YouTube en sus múltiples formatos y dispositivos?	25%

IMPACTO EN EL NEGOCIO	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué impacto incremental aportó YouTube a la campaña, para que las creatividades fueran efectivas? ¿Cómo de significativo fue el efecto final en el negocio? • ¿Cuál ha sido el ROI de YouTube en la campaña? • ¿Cuál ha sido el aporte de YouTube en? <ul style="list-style-type: none"> ◦ Conversiones ◦ Impacto en ventas ◦ Cobertura incremental 	25%
INNOVACIÓN CON IA	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué resultados de negocio se atribuyen al uso de la inteligencia artificial en la campaña? • ¿Cómo se utilizó la inteligencia artificial para mejorar la creatividad, la estrategia, o la ejecución de la campaña? • ¿Cómo se comparan los resultados con campañas similares que no utilizaron inteligencia artificial? 	5%

4.8. Premios

Los ganadores de cada categoría y del Grand Prix recibirán tres trofeos físicos cada uno.

5. Notificación de los ganadores y de las obligaciones de los ganadores

5.1. Google anunciará a los ganadores durante la gala de entrega de premios, que se celebrará entre octubre y noviembre de 2025 en una fecha aún por concretar, y los notificará con al menos dos meses de antelación, enviando un correo electrónico a la dirección que estos hayan proporcionado en la candidatura del Concurso.

5.2. Google se reserva el derecho, a su discreción y dentro de lo razonable, de cambiar los Premios por otros de valor equivalente o superior. No se podrá reclamar el valor económico de los Premios.

5.3. Para recibir un Premio, los Participantes deben enviar una declaración en la que indiquen que cumplen los requisitos de participación y/o un documento de autorización de publicidad.

5.4. Google no se hace responsable del material de las candidaturas que se pierda, se reciba con retraso, se transfiera de forma incorrecta, esté cortado o incompleto, o sea ilegible. De igual forma, no se hace responsable si el material sufre algún tipo de error de transmisión electrónica, robo, destrucción, acceso no autorizado, alteración o error de funcionamiento técnico. Las candidaturas no serán válidas si, tanto de forma parcial como total, son incomprensibles, están incompletas o dañadas, son irregulares, han sufrido una alteración, son una falsificación, producen error, son una reproducción mecánica o se han obtenido mediante fraude o robo.

5.5. Google no será responsable si hay problemas para notificar a un Participante de que ha resultado ganador. Si el Participante rechaza un Premio, no responde a la notificación del Premio en un plazo de 15 días desde el envío de la notificación, no solicita el Premio de la manera especificada, no está disponible para la entrega correcta del Premio, no cumple estos Términos o no reúne los requisitos de participación, Google podrá seleccionar a un ganador alternativo de entre el resto de Participantes.

5.6. El Premio puede estar sujeto a restricciones y/o licencias y requerir un hardware, software, servicio o mantenimiento adicionales para utilizarlo. Si el Participante resulta ganador, será responsable de utilizar el Premio de acuerdo con

cualquier condición impuesta por el fabricante del Premio y de cubrir los costes adicionales asociados a su uso, servicio o mantenimiento.

5.7. Si el Participante gana un Premio, será el único responsable de garantizar que cumple la legislación fiscal y los requisitos de declaración de impuestos aplicables

5.8. Los Premios son intransferibles. No se pueden vender a otras personas ni regalarlos.

5.9. Para conocer los nombres de los ganadores, se podrá enviar un correo electrónico a YouTubeSpain@google.com hasta el 31 de diciembre de 2025.

6. Privacidad

6.1. El Participante reconoce que Google puede recoger, almacenar, compartir o utilizar de otra forma la información personal identificable que proporcione al registrarse en el Concurso. Google utilizará esta información solo para los fines del Concurso, y tratará cualquier información personal de este tipo de acuerdo con su Política de Privacidad (<https://www.google.com/policies/privacy/>).

6.2. Esta información también se puede transferir a países distintos del país de residencia del Participante, como Estados Unidos. Puede que estos países no tengan una legislación y normativa sobre privacidad similares a las del país de residencia del Participante.

6.3. El Participante tiene derecho a solicitar el acceso a cualquier dato personal en poder de Google que esté relacionada con el Concurso, así como su revisión, rectificación o retirada, si escribe a Google a través de la dirección YouTubeSpain@google.com.

7. Derechos de propiedad intelectual

7.1. Ante Google, el Participante seguirá siendo el propietario de todos los derechos de propiedad intelectual (incluidos los derechos morales) de cualquier contenido que envíe como parte de su candidatura del Concurso. Al enviar una candidatura al Concurso, el Participante concede a Google, sus filiales, agentes y empresas asociadas una licencia mundial, libre de derechos de autor, sublicencia y no exclusiva durante la duración de cualquier derecho de propiedad intelectual sobre la candidatura para utilizar, copiar, reproducir, adaptar, modificar, publicar, distribuir, ejecutar y mostrar públicamente la candidatura del Participante en el Concurso y crear una obra derivada de esta con cualquier fin relacionado con el Concurso, incluido, entre otros: (1) permitir que Google y el jurado evalúen la candidatura del Participante a efectos del Concurso y dar a conocer los ganadores al público, y (2) para fines de publicidad y promoción y en comunicaciones de prensa y medios de comunicación.

7.2. El Participante garantiza que tiene autorización para utilizar cualquier derecho de propiedad intelectual de su candidatura y que esta no es una copia parcial ni total de cualquier otra obra existente.

8. Derecho de cancelación, modificación y descalificación

8.1. Si por cualquier razón que escape al control de Google el Concurso no puede llevarse a cabo según lo planificado (por ejemplo, por manipulación, intervención no autorizada, fraude, fallos técnicos, errores de impresión o cualquier otra causa que afecte o dañe a la administración, seguridad, imparcialidad, integridad o realización adecuada del Concurso), Google puede cancelar, finalizar, modificar o suspender el Concurso a su discreción.

8.2. Si Google lo considera razonable, puede: (a) descalificar a cualquier Participante que manipule el proceso de envío de candidaturas o cualquier otra parte del Concurso, o cuya conducta actúe de forma contraria a las condiciones o intenciones del Concurso, y declarar nulas algunas de sus candidaturas o todas ellas en función de dicha conducta, o (b) declarar nulas todas las candidaturas derivadas de errores que afecten de forma material al resultado del Concurso o al número de Participantes.

9. Limitación de responsabilidades y renuncia de garantías

9.1. Ninguna de las disposiciones de estos Términos excluye ni limita la responsabilidad de Google o sus entidades asociadas en caso de:

- a. Muerte o lesiones personales derivadas de la negligencia de Google o sus entidades asociadas, funcionarios, agentes o empleados.
- b. Fraude o información falsa y fraudulenta.
- c. Cualquier otra responsabilidad que de acuerdo con la legislación aplicable no se pueda excluir o limitar.

9.2. Según lo dispuesto en la cláusula 9.1, Google no será responsable contractualmente, extracontractualmente (incluida la responsabilidad por negligencia) ni de cualquier otra forma en relación con este Concurso y, por lo tanto, no será responsable de lo siguiente:

- a. Pérdida de beneficios.
- b. Pérdidas indirectas o consecuenciales; sufridas por el Participante o en las que el Participante haya incurrido (independientemente de que las partes contemplaran o previeran dichas pérdidas).

9.3. Según lo dispuesto en la cláusula 9.1(b), y en la medida en que la ley lo permita, todas las garantías y condiciones o términos, expresos o implícitos, relacionados con el Premio, su uso, valor o disfrute, entre los que se incluyen, entre otros, la calidad satisfactoria y la adecuación a los objetivos, quedan excluidos, a excepción de toda garantía estándar del fabricante que se pueda aplicar a los Premios.

9.4. Según lo dispuesto en las cláusulas 9.1 y 9.2, la responsabilidad total que Google asume ante un Participante y Representante en relación con este Concurso, ya sea de tipo contractual, por agravio (incluida la responsabilidad por negligencia) o de otro tipo, no superará en ningún caso la cifra total de 25.000 Euros.

10. Independencia de las cláusulas

Si alguna disposición de estos Términos no se considerara válida o aplicable, el resto de las disposiciones seguirá teniendo validez.

11. Jurisdicción y legislación aplicables

Estos Términos se regirán e interpretarán de conformidad con la legislación inglesa. Tanto el Participante como Google se deben someter a la jurisdicción exclusiva de los tribunales ingleses en caso de disputa (contractual o no contractual) relacionada con estos Términos.