



**MIRA  
DAS**   
Observatorio de Comunicación

# Informe 08: Miradas a Creativiña 2025

**Resultados, Impacto y  
Evaluación**



gettyimages®



# MIRADAS 609

Observatorio de Comunicación



LatinSpots

Nos alegra presentar este informe que destaca los impactos, resultados y evaluación de **Creativiña 2025**, un evento que impulsa la creatividad y el desarrollo de nuevos talentos en la región de Valparaíso. Esta publicación aborda temas esenciales en el ámbito de la comunicación y la creatividad, desde la conexión de los jóvenes con la industria hasta el rol de los auspiciadores y referentes creativos.

Miradas 609 se enorgullece de colaborar en esta iniciativa, uniendo esfuerzos con expertos y profesionales de diversas disciplinas para enriquecer nuestra visión y capacidad de acción en el fortalecimiento de la industria creativa regional.

**Miramos que sucede en la región , desde la misma región .**



# Informe 08: Miradas a Creativiña 2025

*Presentación y Resultados*

# Creativiñ a 2025

La 22ª edición de **Creativiña**, organizada por la carrera de Publicidad de Duoc UC en Viña del Mar, reunió a grandes referentes de la industria creativa para premiar las ideas innovadoras de las nuevas generaciones de publicistas. Durante tres jornadas, el concurso fue un espacio clave para la creatividad y la innovación, donde se otorgaron las emblemáticas "Olas de Oro" en las categorías escolar y superior, destacando las propuestas más prometedoras en el ámbito publicitario.



**+5000 alumnos  
impactados en  
Sede Viña ,  
+1400 de  
estudiantes de  
publicidad  
informados**

Se extendió una invitación a **diversas instituciones académicas de todo Chile** que imparten la carrera de Publicidad, incluyendo a la UDD, PUC, Santo Tomás y todas las sedes de Duoc UC, las cuales participaron activamente en esta edición de **Creativiña**. Para la categoría escolar, se convocó a diferentes colegios de la región, obteniendo una respuesta favorable de 13 instituciones educativas que se unieron al certamen

# Impacto en Estudiantes Creativiña 2025

**40 Duplas**  
Concurso Interno  
Representar Sede

**5 Equipos**  
Categoría Escolar

**24 PubliDuplas**  
Categoría Superior

**30 Ayudantes**  
Ejecución Evento

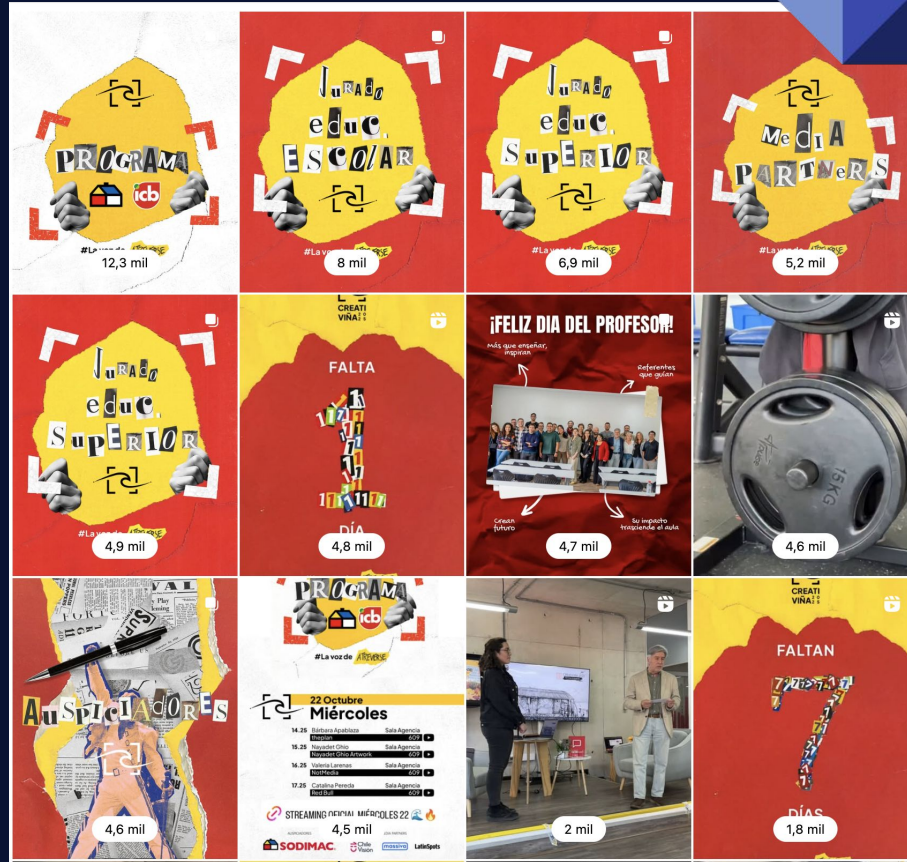
+ Actuación + RRPP + Agencia 609



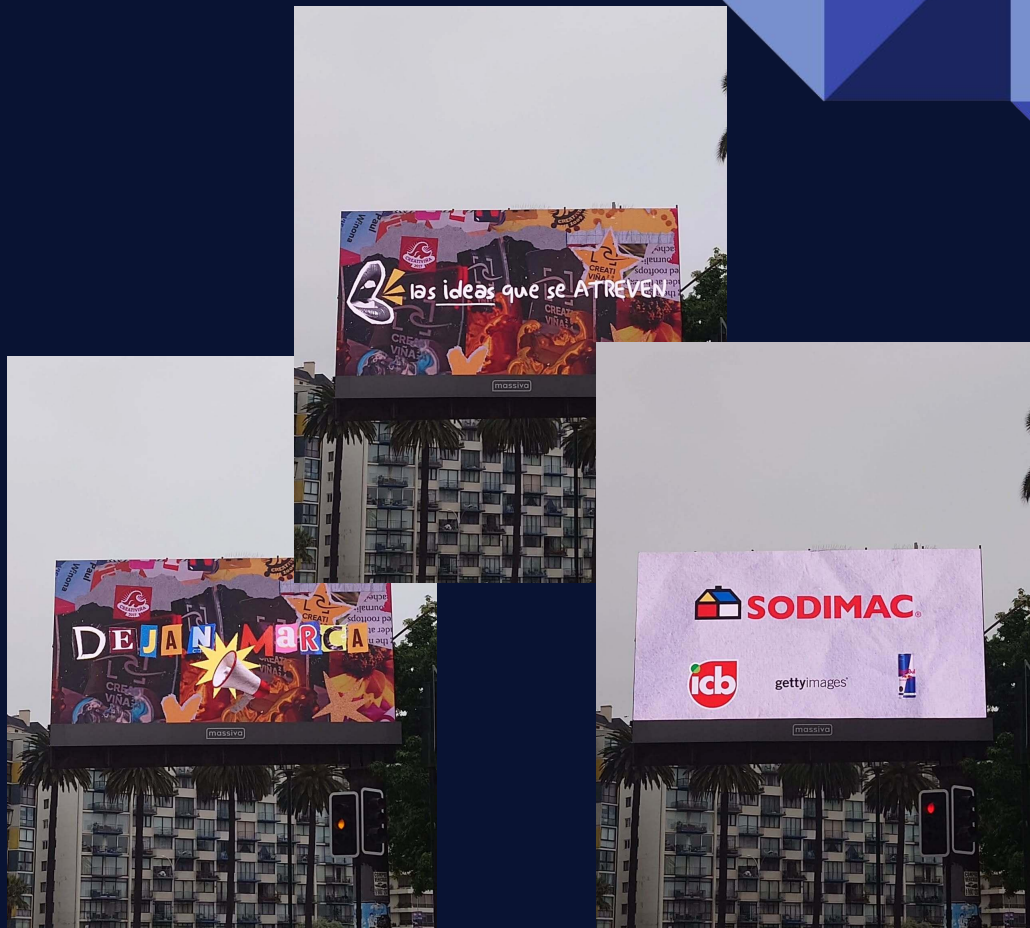
# Informe 08: Miradas a Creativiña 2025

*Plataformas digitales y Redes sociales*

# Contenido de Nicho, Alto Impacto



# Difusión Massiva Vía Pública 10 Pantallas Led



# Rendimiento redes sociales Campaña “Camino a Creativiña”

25.83  
%

Engagement  
Promedio en  
publicaciones

82.919

Impactos en  
Usuarios

+43

Crecimiento  
de Audiencia

8.726

Cuentas  
alcanzadas

Cuenta @publiduocuc\_vinadelmar + @agen.esencial

# Rendimiento redes sociales Evento Creativiña

12.13%

Engagement  
Promedio en  
publicacione

s 209.90

5

Visualizacione  
s

+88

Crecimiento  
de Audiencia

12.716

Cuentas  
alcanzadas

+600

Views  
Streaming

Cuenta  
Cuenta

@publiduocuc\_vinadelmar

Instagram

@DuocUCSedeViñadelMar

Youtube @creativina\_oficial + LinkedIn

# Resultado

**Rendimiento web**  
13 al 27 oct

**458**

Visitas

**29.03%**

Bounce Rate

**2.498**

Visitas Totales  
Periodo (A)

47% Tráfico Orgánico

38% Redes Sociales

**+12.6%**

Promedio de crecimiento de Visitas

<https://www.duoc.cl/creativina/>



# Informe 08: Miradas a Creativiña 2025

Menciones y Clipping

# Menciones Creativiña 2025

126

Publicaciones  
#Creativiña2025  
#Creativiña

8

Notas de  
Prensa

13.329

Cuentas  
Impactadas

138

Visitas perfil  
Wiki

Cuenta

@publiduocuc\_vinadelmar

<https://es.wikipedia.org/wiki/Creativi%C3%81a>

## Creativiña 2025 celebra 22 años potenciando el talento publicitario joven en Chile

El histórico concurso reunirá a estudiantes de colegios y universidades de todo el país en tres intensas jornadas.

Magazine



NOTICIAS

REGIÓN NACIONAL DEPORTES POLÍTICA OPINIÓN INTERNACIONAL EDUCACIÓN CULTURA Y ESPECTÁCULO

## Duoc UC se prepara para la vigesimosegunda versión de Creativiña

21 octubre 2025 | 8:20 am



Tendencias

Creativiña

21/10/2025 15:40

## Creativiña 2025: “La a una nueva gener

Viña del Mar se prepara para tres jo referentes de la industria.



## Atraverse a crear: Así se vivió Creativiña 2025 en Viña del Mar

27 de octubre de 2025

Compartir en

# Menciones Creativiña 2025

## Ver Clipping

The background of the slide features a blue-tinted photograph of three individuals holding up rectangular signs. Each sign displays the 'Creativiña' logo, which consists of a stylized wave or arrow shape within a square frame, and the text 'CREATIVIÑA' below it. The individuals are partially visible, appearing to be in a celebratory or presentation setting.

# Informe 08: Miradas a Creativiña 2025

*Evaluación*

*Encuesta de percepción*

# En un concepto: ¿con qué asocias la experiencia de creativiña 2025?

Para la experiencia de Creativiña 2025, las respuestas se asocian principalmente con los conceptos de **creatividad**, **publicidad**, **aprendizaje** e **innovación**, destacando el evento como un encuentro que fomenta la **exploración creativa** y **conexión con la industria**. A continuación, los términos más repetidos y su frecuencia:

- **Creatividad:** 5 veces
- **Publicidad:** 3 veces
- **Aprendizaje:** 4 veces
- **Charlas:** 2 veces
- **Conocimiento:** 2 veces
- **Experiencia/Experiencias:** 2 veces
- Otros

Este evento es percibido como una **instancia de aprendizaje creativo e innovador** que ofrece oportunidades de conexión y desarrollo en el ámbito publicitario.



# Oportunidad de mejora: ¿qué recomendarías para una siguiente versión?

días  
región  
creativíña  
Incorporación  
conversa  
invitados  
1er año  
tips prácticos  
mas  
otros años  
actividades  
difusión  
mayor invitación  
menos  
Nada vía  
Mayor inclusión  
antelación

Para mejorar la experiencia de **Creativiña** en futuras ediciones:

## **Falta de alcance y anticipación en la convocatoria**

Se repite la necesidad de hacerla “más masiva”, con difusión previa y en clases, e invitar con anticipación a colegios de la región e incentivar a novatos a asistir.

## **Formato y programación a ajustar**

Piden más días (o extender los primeros), horarios más tempranos y respetados, charlas más cortas y dinámicas, con espacios más grandes y mejor confort. También más actividades participativas: talleres, trivias/mini-concursos, mentorías y un debrief del brief.

## **Operación y experiencia del staff a mejorar**

Se solicita mejor coordinación y comunicación interna del staff, alimentación/colaciones adecuadas, y estándares operativos: PPT obligatorio, control en vivo de atrasos (excel), y transparencia en resultados (ver todos los videos, claridad del brief).

## **Valor percibido y experiencia del participante**

Más interacción con invitados (tips prácticos y networking), inclusión, reconocimientos para escolares (diplomas), y merch más atractiva (ojalá ligada a la campaña ganadora, no genérica).

# 6.54

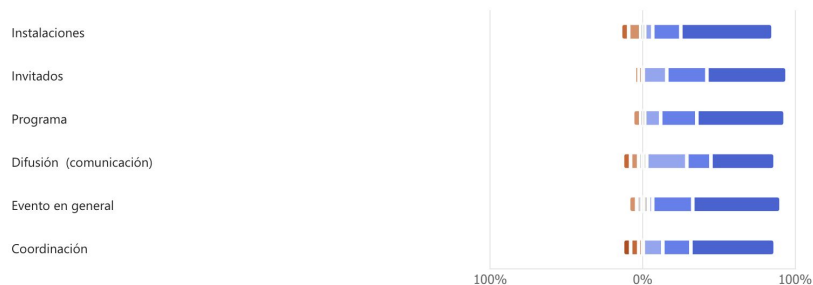
Clasificación promedio (1 a 7)

## Evaluación por aspectos

La evaluación de Creativiña muestra que los aspectos más valorados por los participantes fueron los **invitados** y el **evento en general**, ambos con un alto número de calificaciones "Excelente". Sin embargo, la **coordinación** y **difusión** (comunicación) son áreas con mayor diversidad de opiniones y algunas evaluaciones "Regular", lo que sugiere oportunidades de mejora en estos aspectos.

En resumen, **la calidad de los invitados y el programa fueron aspectos sobresalientes**; sin embargo, se recomienda reforzar la **comunicación y las instalaciones** para mejorar la experiencia en próximas ediciones.

● 1 ● 2 ● 3 ● 4 ● 5 ● 6 ● 7





**NPS: 72**  
**Anterior: 51**

**¿Qué probabilidades hay de que recomiende Creativiña a un amigo o compañero?**

Promotores 28

Pasivos 6

Detractores 3



Positivo	Negativo	Interesante
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ues participantes</li> <li>• Concepto (agencia)</li> <li>• Auspicios</li> <li>• Expositores - Charlistas</li> <li>• Impacto (alcance digital)</li> <li>• Sebastian Bernal</li> <li>• Master.xlxs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación escolar</li> <li>• Asistencia de los alumnos</li> <li>• Brief (interpretación)</li> <li>• Gestión de colegios</li> <li>• Campaña Previa</li> <li>• Gestión de medios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Premio Olas de la industria</li> <li>• Streaming + Mesa digital</li> <li>• Brief “rellene aquí”</li> </ul>

**A todas las marcas, media partners, jurados, participantes y estudiantes de Publicidad, Relaciones públicas y Actuación Duoc UC:**

**Mil gracias**

*Sigamos creando, innovando y marcando la diferencia.*

*¡Esto es solo el comienzo!*

*Nos vemos en la próxima edición.*

ORGANIZAN

**DuocUC**  
SEDE VIÑA DEL MAR

**609**  
**Duoc UC**  
agencia de comunicación

**DuocUC**  
COMUNICACIÓN

**MIRA  
DAS**   
Observatorio de Comunicación