

CATEGORÍA MEJOR EVENTO DEPORTIVO



2026
21ª Edición

Se premiará un evento cuyo objetivo principal sea la realización de una actividad deportiva, pública o privada. No se premia un evento que solo trate de deporte, sino que la práctica del deporte o la competición debe hacerse in situ. Nota: los esports están admitidos como deporte.

CRITERIOS DE VALORACIÓN:

ESTRATEGIA: Identificación de una oportunidad de mercado; entendimiento de la sociedad, del público y sus características; estrategia de relevancia social y deportiva; adecuación al cliente (si procede), a los sponsors y al público; capacidad del evento de ir más allá de su día D (añadiendo activaciones, generando contenidos, teniendo presencia digital, generando datos e inteligencia, conectando con otras acciones...).

CREATIVIDAD: Innovaciones en las actividades, tecnología, animaciones; calidad de comunicación del evento; cambios en los formatos de actividades deportivas y las periféricas al deporte en sí; integración inteligente de los sponsors en la experiencia.

PRODUCCIÓN: Complejidad y calidad de la coordinación logística, de la gestión de proveedores, de la producción técnica, de la seguridad, de la experiencia de los deportistas...

IMPACTO: Capacidad de alcanzar al público e impactarle; nivel de participación conseguida (deportistas, público, sponsors); difusión del evento; retorno de la inversión (aportando elementos de medición); testimonios del cliente. Se tendrá en cuenta la responsabilidad de la acción: su producción sostenible, su propósito, su capacidad de mejorar el planeta y la sociedad.

REQUISITOS Y CONSEJOS:

ACONSEJAMOS LEER LAS BASES COMPLETAS

- ▶ El texto de esta ficha no deberá sobrepasar el tamaño de la caja delimitada y deberá respetar la tipografía. Recomendamos leer bien las bases, consejos y criterios de valoración para aportarles respuestas.
- ▶ La candidatura se presenta de manera anónima. Recuerda eliminar nombre e imagen de tu agencia del vídeo y fotografías.
- ▶ Se aconseja relacionar el evento con la situación de partida, el público, los objetivos, la estrategia, la marca, y demostrar cómo todo el evento cumple estos objetivos. Si puedes demostrar los resultados, mejor.
- ▶ Si tienes elementos que acrediten el impacto, no dudes en aportarlos integrados en las cajas de texto (clipping, testimonios del cliente...).
- ▶ ¡No vendas! No escribas: "dejamos a los asistentes con la boca abierta"... Céntrate en los hechos, preséntalos de manera positiva, pero sin sobrevender. Un lenguaje demasiado promocional no es positivo.
- ▶ Asegura con el cliente que tengas la autorización para presentar / difundir este proyecto.
- ▶ Y una obviedad a menudo olvidada: comprueba que no haya errores y cuida el diseño/ presentación. Repasa bien tu candidatura antes de enviarla.

NOMBRE DEL EVENTO

AGENCIA(S) ORGANIZADORA(S)
(se ocultará durante la votación)

CLIENTE

LUGAR / FECHA DEL EVENTO

CATEGORÍAS ADICIONALES

(en el caso de presentar el mismo evento en otras categorías)

RECUERDA: un mismo evento no puede presentarse a más de una categoría de "Mejor evento" pero sí a tantas como considere de "Mejor componente".

BRIEFING: CONTEXTO Y OBJETIVOS

(limitado a 650 caracteres con espacios)

*El texto de esta ficha no deberá sobrepasar el tamaño de las cajas delimitadas y deberá respetar la tipografía.

CREATIVIDAD Y CONCEPTO CENTRAL DEL EVENTO

(limitado a 300 caracteres con espacios)

DESARROLLO DE ESTE CONCEPTO EN EL EVENTO:
DESCRIPCIÓN DEL EVENTO
(limitado a 1000 caracteres con espacios)

IMPACTO / RESULTADOS / COMENTARIOS DEL CLIENTE
(limitado a 500 caracteres con espacios)

¿LISTO?

Ahora, adjunta este documento en un WeTransfer o equivalente junto al formulario de inscripción, las fotografías (entre 2 y 10) y el vídeo de máximo 3 minutos. premios@eventoplus.com