

**XXI EDICIÓN**

# Bases y Categorías Premios eventoplus 2026

[www.premioseventoplus.com](http://www.premioseventoplus.com)



\* Fecha y horario de recepción del email con enlace de wetransfer o equivalente.

\* No se aceptará ningún retraso (ni de minutos) comparado con estos días y horarios.

\* En la historia de los Premios, nunca hemos aplazado la fecha de presentación de candidaturas, para asegurar corrección y previsibilidad para todos.

## 1. Definición de “evento”

- Un evento es una experiencia que se organiza con el objetivo de comunicar, motivar, formar, vender, crear relaciones, o tener un impacto social. ¿Tiene que tener convocatoria? No necesariamente, pero sí apuntar a un público concreto. Algunos eventos tienen su momento de convocatoria formal, otros captan a la gente en un sitio de consumo o a la salida de su trabajo... y siguen siendo eventos.
- ¿El street o el ambient marketing pueden ser un evento? Sí, si se trata de algo más que de una animación que el público observa. Lo será si hace vivir una experiencia a los asistentes e interactúa con ellos.
- ¿Un espectáculo es un evento, aunque sea semi-permanente? Un evento tiene que ser efímero pero no tiene por qué ser de única representación. Por ejemplo un pop up que dura semanas, una obra de teatro, un musical, se aceptan.
- ¿Tiene un tamaño mínimo? Tiene que haber una experiencia colectiva, pero podemos considerar como evento una acción incluso con unas personas.
- ¿Tiene que ser participativo? Sí. Un puro trabajo de creación audiovisual, que no tenga algún tipo de participación o de interacción, o una pura lona, no se considera evento.
- ¿Tiene que ser presencial o puede ser digital o híbrido? Un evento presencial es muy diferente de un evento online en su formato, sus posibilidades, sus impactos, pero:
  - Estos premios están concebidos por tipo de evento / tipo de objetivo, más que por formato.
  - Muchos eventos tienen un componente presencial y uno virtual, no separamos proyectos según el nivel de presencialidad o de virtualidad.
  - Todos son momentos de comunicación en vivo, con un público, con un componente experiencial (mayor o menor) y más que el formato, hay que analizar la capacidad de la acción de ofrecer una experiencia y conseguir un resultado.
  - Así que permitimos que compitan todo tipo de eventos, presenciales, virtuales e híbridos, en cada categoría. Pedimos al jurado que analice el evento de la manera más objetiva posible, es decir, sin preferir un formato de manera ideológica, sino siendo exigentes con lo que permite cada uno de los formatos.
- Aunque el evento sigue siendo el eje principal, si forma parte de una acción más amplia se valorará positivamente. Es decir, se juzga el evento, pero en el contexto de una acción completa, incluyendo pre, durante, post y otras acciones completas. El hecho de ir más allá del evento puntual, de integrar otras acciones (comunicación online, animación en punto de venta...) es algo positivo, pero no se juzgará la campaña completa sino la contribución de evento a la misma.



## 2. Categorías

Estructuramos esta lista principalmente según los objetivos de los eventos, más que por sus formatos. Ser un momento único vs un ciclo de acciones, hacerse en un sitio fijo vs en un formato de roadshow... es secundario comparado con lo que se pretende conseguir con la acción. ¡Que gane la mejor acción, simplemente!

### • 14 Categorías de eventos

**Mejor convención.** Se premiará una reunión interna de empresa, con el objetivo de informar, formar, crear equipo y/o motivar, hacer vivir el espíritu y los valores de la empresa (convención de ventas, reunión de ciclo...). Se dirige a sus empleados, aunque se pueden aceptar otros stakeholders como, por ejemplo, sus distribuidores.

**Mejor congreso.** Se premiará un encuentro con periodicidad fija, dirigido a un colectivo concreto (miembros de una asociación, colegio profesional o colectivo social), impulsado por una entidad sin ánimo de lucro (asociación, colegio profesional, administración, federación empresarial), cuyo objetivo sea principalmente la formación, el debate, la transmisión de conocimientos y el desarrollo de relaciones profesionales en la especialidad en cuestión. Suele combinar programa formativo, exposición comercial, presentación de novedades de investigación (posters), y programa social. No puede ser un evento promocional de una empresa en concreto. Tiene que tener más de 50 asistentes.

**Mejor conferencia.** Se premiará un encuentro con un objetivo de formación (sobre un sector de actividad, unas tecnologías o los conocimientos y soluciones de la empresa organizadora), de explicación y demostración de conocimientos, de promoción comercial de la empresa vía estos conocimientos, de promoción de un mensaje o de sensibilización. Puede combinar parte formativa y parte expositiva (de la empresa organizadora y/o de sus partners).

**Mejor viaje de incentivo.** Se premiará un viaje que sea el resultado / premio de un programa de estimulación de resultados. Su objetivo es ofrecer una experiencia memorable y muy motivadora a un equipo, crear espíritu de grupo y sentido de pertenencia, fomentar la relación entre los participantes, y cuidar / valorar a los participantes. Como norma, no tiene componente significativo de trabajo. Puede dirigirse a un público interno (empleados) o externo (distribuidores, clientes...). Siendo la agencia de viajes obligatoria por ley en este tipo de evento, una de las agencias candidatas por lo menos tendrá que ser agencia de viajes.

**Mejor evento de celebración.** Se premiará un evento cuyo objetivo sea celebrar un acontecimiento (fiesta de empresa o institución, fin de año, aniversario, fiesta tradicional, etc.), ya sea como evento privado de empresa o como evento público. La alegría, el sentido de pertenencia y el reconocimiento al motivo de la celebración (una fecha, un logro, una tradición...) son sus objetivos principales.

**Mejor evento cultural.** Se premiará un evento cuyo eje principal sea la realización de una actividad cultural (concierto, festival, exposición...) o un evento público con un componente tradicional o cultural significativo. Puede ser una acción de promoción de marca (la cultura es un territorio interesante) pero su dimensión / interés cultural tiene que ser muy significativo. Se aceptan creaciones que se mantienen durante semanas o meses, como una exposición o un musical por ej.

**Mejor gala o evento de reconocimiento.** Se premiará un evento de reconocimiento de un colectivo o de obras o creaciones: festival de cine, entrega de premios, feria de arte, evento homenaje, etc.

**Mejor evento deportivo.** Se premiará un evento cuyo objetivo 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.

**Mejor evento promocional.** Se premiarán acciones de promoción de marca o de producto: activación de patrocinio, roadshows, samplings, street marketing, brand spaces, acciones en puntos de venta... Más allá de un mecanismo promocional, se juzgará la acción en vivo. Tener un impacto en ventas es deseable.

**Mejor presentación de producto.** Se premiará un evento cuyo principal objetivo sea lanzar, comunicar, vender un nuevo producto/servicio/marca, poner en escena, hacer vivir, explicar sus funcionalidades o posicionamiento, a un público interno (empleados, comerciales, posventa) o externo (distribuidores, prensa, público en general...).

**Mejor evento de impacto en redes y medios.** Se premiará un evento cuyo objetivo principal sea la difusión (vía medios, bloggers, líderes de opinión, redes sociales), la viralidad, la visibilidad a un público más amplio que el público asistente. Suele ser una acción de comunicación o experiencia de marca o de producto para difusión / viralización.

**Mejor evento responsable.** Se premiará un evento que haya tenido en cuenta criterios de responsabilidad medioambiental o solidaria, sea en su modo de organización (evitando desperdicios, integrando personal, etc.), sea en su objetivo (sensibilización, recogida de fondos, etc.). Se juzgará la causa y la capacidad del evento de hacerla vivir y promocionarla.

**Mejor feria.** Se premiará una feria comercial dirigida a profesionales, a público, o mixta - un evento de promoción y venta basado en la presencia de múltiples empresas o productos, reuniones comerciales, una posible actividad formativa (congreso, seminario, workshop, etc.). Su sentido principal es la puesta en contacto de proveedores de productos o servicios con clientes o partners potenciales. Una feria propia de empresa o grupo empresarial presentando sus líneas de negocio o novedades se puede aceptar.

**Mejor participación en feria.** Se premiará una acción de presencia comercial en una feria o exposición, juzgando el conjunto de la acción (estrategia, decoración, montaje, comunicación de la presencia, estimulación de tráfico, experiencia de marca, medición de resultados...).

## • 5 Categorías de componentes de eventos

**Mejor montaje técnico.** Se premiará la concepción, montaje y utilización de elementos técnicos (audiovisuales, iluminación, sonido, multimedia, efectos especiales, carpas y estructuras...) en un evento como herramientas de ambientación, comunicación, impacto visual, interactividad. La candidatura debe estar co-presentada entre agencia y partners técnicos.

**Mejor espacio.** Se premiará un espacio para eventos (hotel, palacio de congresos, espacio singular...) por su capacidad de aportar valor gracias a su flexibilidad, versatilidad, carácter, estilo, estética, facilidades de montaje... El espacio podrá presentar hasta cuatro eventos diferentes alojados durante el periodo definido en las bases, con un breve resumen del evento y de cómo el espacio ha aportado valor. La agencia puede ser co-ganadora, pero el candidato principal será un espacio.

**Mejor uso estratégico de los eventos por una empresa o institución.** Esta categoría reconoce a la empresa o institución que haya integrado de forma más efectiva los eventos en su estrategia de negocio (total o parcial). Más que un evento aislado, se valorará un enfoque estratégico en el uso de un conjunto de eventos como herramienta de marketing, ventas, comunicación, gestión del talento u otras prioridades; la forma de gestionar los eventos; su integración con otras herramientas de la empresa; la calidad e innovación en los eventos realizados; y los resultados conseguidos.

**Mejor catering.** Se premiará la concepción y realización de un servicio de catering en un evento, su capacidad de fortalecer el concepto creativo y contribuir a la experiencia del asistente. La agencia se puede indicar en el formulario y ser co-ganadora, pero el candidato principal será una empresa de catering. Ambos nombres se ocultarán durante la votación.

**Mejor animación / espectáculo.** Se premiará una animación o un espectáculo que consiga impactar a la audiencia, integrarse en el evento, reforzar su concepto de comunicación y la experiencia del público, así como maximizar su efectividad o impacto.

**Mejor decoración / escenografía.** Se premiará la concepción y realización de la decoración o escenografía de un evento: concepto creativo, originalidad y calidad de decoración, experiencia del asistente e impacto, complejidad del montaje...

## 3. Premios específicos / destacados

Entre las candidaturas, el jurado escogerá el Gran Premio del Jurado, el cual reconoce un evento especialmente impactante, innovador, completo (en los criterios definidos) y de alta relevancia, un evento que genera orgullo de sector y demuestra la excelencia de la cual son capaces las empresas en este sector. El jurado tiene también la opción de dar una "mención especial" a un proyecto no ganador de un Oro pero que le parece destacar por un aspecto especial (creatividad, emoción, innovación...).

## 4. Modo de valoración

Cada categoría tendrá sus propios criterios de valoración, que se mencionarán en la plantilla PPT de presentación, pero que suelen ser una interpretación de los grandes criterios siguientes:

- Estrategia
- Creatividad, concepto, innovación
- Producción, logística, implementación
- Impacto, resultados (integrando la dimensión responsable del evento)

## 5. Periodos de eventos celebrados

Los trabajos deben haberse celebrado entre el 1 de julio de 2025 y el 30 de junio de 2026, ambos incluidos. Los eventos de varios días tienen que haberse celebrado parcialmente dentro de estas fechas. El montaje, desmontaje, o comunicación pre- o post-eventos no cuentan.

## 6. Quién se puede presentar

Se aceptarán candidaturas de agencias, empresas, instituciones, asociaciones registradas en España, Portugal o Andorra. En el caso de ser un evento impulsado por una organización de fuera de España, la agencia receptiva puede presentarse, pero tiene que hacerlo citando la agencia emisora y mencionando su papel como receptivo. Un cliente puede presentar un evento, pero si se ha organizado con agencia, tiene que mencionar la agencia. Mencionar el cliente y la agencia (si hay) es obligatorio. Los eventos candidatos pueden haberse celebrado en cualquier país.

## 7. Co-presentación de las candidaturas

Se aceptarán candidaturas co-presentadas por hasta cuatro entidades (por ejemplo, una agencia y tres proveedores). Se entregará un trofeo único, pero los candidatos podrán pedir otro ejemplar al fabricante. En las categorías de mejor espacio y mejor catering, el ganador será respectivamente un espacio y una empresa de catering, aunque la agencia pueda ser co-ganadora.

## 8. Presentación de candidaturas en varias categorías

Los participantes pueden presentar proyectos en varias categorías, sin límite de candidaturas por participante. Un mismo evento únicamente se podrá presentar en una de las categorías de "mejor evento" (no se puede presentar un evento como mejor convención y mejor evento de celebración, por ejemplo), pero se puede presentar en varias categorías de mejores componentes. En caso de presentar un mismo proyecto en varias categorías, cada inscripción en una categoría debe presentarse y pagarse como una candidatura separada. Esto incluye presentar el correspondiente material por cada categoría a la que se quiera aplicar.

## 9. Validación del cliente

Al igual que en toda comunicación de un evento, es imprescindible que las candidaturas cuenten con la aprobación del cliente final y cumplan las leyes sobre propiedad intelectual. Contar con esta aprobación es responsabilidad de la empresa candidata.

## 10. Cambios de categorías

El jurado no cambiará proyectos de categoría. Es responsabilidad de la empresa candidata seleccionar la categoría adecuada. Aconsejamos leer atentamente las definiciones de las categorías. Se puede aclarar dudas con la organización.

## 11. Presentación de las candidaturas

Las candidaturas deberán estar redactadas en castellano y presentar por escrito la descripción del trabajo siguiendo el formulario de registro administrativo y de presentación de candidatura, así como incluir los materiales especificados en el mismo. Los materiales que se deberán incluir por candidatura son:

- Formulario de registro administrativo: con los datos de la empresa, del contacto y las candidaturas que presenta.
- Resumen de candidatura: con la información del evento que se presenta y siguiendo la estructura del mismo formulario. Deberá adjuntarse en formato editable.
- Entre 2 y 10 fotografías del evento en alta resolución para posible publicación (en archivos individuales).
- Vídeo de máximo 3 minutos en formato .avi o .mp4. Debe ser un documento autosuficiente donde se englobe la información necesaria para que el jurado pueda entender valorar el proyecto.

**IMPORTANTE:** El vídeo tiene que explicar el proyecto, no ser una obra artística o efectista. Pedimos a los candidatos centrarse en explicar bien el caso, describiendo especialmente el contexto, los objetivos, el concepto del evento, su desarrollo / aplicación en una experiencia, los resultados. Igualmente, en la votación, pedimos al jurado limitarse a entender la información sin ser influenciados por un vídeo efectista.

El nombre de la agencia, catering o empresa de medios técnicos no podrán aparecer en el material presentado (ni en el vídeo ni en el resumen de la candidatura, solo en el formulario de registro administrativo), o podrá ser descalificado. Sí podrá aparecer el nombre del venue en la categoría Mejor espacio.

En caso de carecer de los formularios y/o materiales especificados como obligatorios, la organización se reserva el derecho de rechazar la candidatura.

## 12. Formato de entrega de las candidaturas

Debe respetarse el formato predeterminado de los formularios: tipografía, tamaño de letra y límite de caracteres definidos en cada caja de texto. No está permitida la edición del formato de los formularios para ampliar el número de caracteres. Los formularios deben entregarse en el mismo formato en el que el organizador los entrega.

## 13. Fechas de envío de las candidaturas

Las candidaturas deben mandarse por wetransfer o servicio equivalente (la buena transmisión es responsabilidad del candidato).

El primer plazo de presentación de las candidaturas finaliza el jueves 2 de julio de 2026 a las 20:00h (fecha y horario de recepción del email con enlace de wetransfer o equivalente). Pasada esta fecha, los candidatos podrán presentar los proyectos con un recargo de coste, hasta el jueves 9 de julio a las 20:00h. No se aceptará ningún retraso comparado con estos días y horas.

Pedimos la máxima seriedad a la hora de enviar el material: el hecho de que haya un error en el archivo cargado, o que no se envíe el archivo correcto, NO abrirá la posibilidad de otro envío fuera de plazo.

## 14. Costes

Cada candidatura requerirá de un pago de 250€ + IVA 21% (1er plazo) ó 350€ + IVA 21% (2º plazo) realizado mediante transferencia bancaria o domiciliación. El pago se deberá efectuar antes de la segunda fecha de presentación (9 de julio a las 20:00h) y no se reembolsará en el caso de que la candidatura sea rechazada por no cumplir las presentes bases o retirada por el candidato.

## 15. Proceso de votación y selección de los ganadores

Los ganadores serán escogidos por un jurado formado por expertos de la industria siguiendo las presentes bases. El contenido de las deliberaciones del jurado no se hará público. Grupo eventoplus no tiene derecho de voto ni puede influenciar en los debates y las votaciones, el jurado es soberano. Un miembro del jurado se puede presentar, pero si la categoría incluye alguna candidatura suya, o se detecta cualquier conflicto de intereses que pueda afectar a la votación, no recibirá esa categoría a valorar durante la fase a distancia y saldrá de la sala de votación cuando sea votada en la fase presencial. Tendrán que avisar a la organización si este tipo de conflicto de intereses se produce.

Durante el proceso de votación y, a fin de favorecer la imparcialidad del voto, el nombre del candidato (salvo mejor espacio) será ocultado. Que aparezca este nombre en el material para el jurado llevará a la eliminación de la candidatura.

El jurado se limitará a evaluar los trabajos presentados basándose en la documentación de la candidatura, no por referencias que pueda tener. En el caso de un evento que forme parte de una campaña de comunicación más completa, el jurado juzgará el evento y su posible encaje en la campaña, pero no el conjunto de la campaña.

## 16. Dejar desierta una categoría

Si una categoría recibiera 5 candidaturas o menos, la organización se reserva el derecho de anular dicha categoría, reembolsando las cuotas de inscripción de los candidatos.

Todas las categorías contarán con tres ganadores: un premio de oro, otro de plata y otro de bronce, salvo si el jurado decide dejar una categoría (total o parcialmente) desierta, lo cual requerirá que el 75% o más del grupo así lo considere.

## 17. Autorización de uso del contenido de las candidaturas

Al inscribir una candidatura, los candidatos autorizan a Grupo eventoplus la comunicación del contenido de las candidaturas, así como su edición y distribución.

## 18. Comunicación de ganadores y entrega de los Premios eventoplus

Los ganadores se anunciarán en la Gala de entrega de los Premios y en los medios de Grupo eventoplus, así como en una comunicación general a la prensa y otras posibles comunicaciones que la organización considere adecuadas.

## ¿DUDAS?

Para cualquier duda o consulta, puedes:

- escribirnos a: [premios@eventoplus.com](mailto:premios@eventoplus.com)
- llamarnos a: +34 93 272 09 27 (BCN)  
+34 91 022 86 86 (MAD)