

Se premiará un evento cuyo objetivo principal sea la realización de una actividad deportiva (campeonato deportivo, carrera popular, torneo, etc.), 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.

**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...

**ENGAGEMENT:** Maneras de implicar al público en la experiencia completa (deportista, social, etc.); calidad de la dimensión experiencial, networking y participación entre participantes, capacidad del evento de captar conocimientos sobre el público, o ideas suyas, protagonismo de los participantes.

**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

BRIEFING / OBJETIVOS (limitado a 650 caracteres con espacios)

---

\*El texto de esta ficha no deberá sobrepasar el tamaño de la caja delimitada y deberá respetar la tipografía.

DESCRIPCIÓN DEL EVENTO (limitado a 1000 caracteres con espacios)

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

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".*

\*El texto de esta ficha no deberá sobrepasar el tamaño de la caja delimitada y deberá respetar la tipografía.



**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](mailto:premios@eventoplus.com)