



Sergio Vicente (Leroy Merlín) presidente del Jurado Eficacia 2026

Premios a la Eficacia: XXVIII edición con 243 casos

Madrid, 9 de junio de 2026.-Los Premios Eficacia registran 243 casos inscritos en su XXVIII edición. Este dato, misma cifra que en 2023, evidencia la buena salud de la industria publicitaria que presenta sus mejores trabajos para demostrar cómo la comunicación eficaz genera resultados de negocio. Alzarse con un Premio a la Eficacia es símbolo de excelencia y prestigio.

Hoy el Jurado se ha reunido para comenzar la revisión de los casos y también, de entre todos los miembros, se ha nombrado nuevo presidente a Sergio Vicente, director de Marca y Comunicación de Leroy Merlín, al haber dejado Emmanuel Pouey (Mahou San Miguel), la presidencia en esta edición de los premios, tras su salida de la compañía.

En total se han presentado 99 anunciantes y 154 agencias. Además, este año se han sumado como nuevos: 19 anunciantes y 48 agencias.

El ranking de anunciantes por casos inscritos lo lidera Alsea con 12, seguido de Mahou San Miguel con 10 y de Telefónica con 9. Cupra y P&G han inscrito 8, IKEA, Repsol y YUM! Brands, 7 y EBRO SUV, Grupo Apex, McDonald`s y PepsiCo, 6.

En cuanto a las agencias, en cabeza se sitúa Carat con 28, seguida de Jungle PS21 con 21, y de Havas Media con 18. Tanto OMD (Omnicon Media) y PHD Media (Omnicon Media), han inscrito 17. Jungle Meme y TBWA & 14 Group se presentan con 16, Arena Media con 14 y Dentsu X, Fuego Camina Conmigo y Ogilvy Spain con 13. Por último, con 12, McCANN y VML THE COCKTAIL.

Respecto a las categorías, como novedad se ha incorporado por primera vez la de "Campaña de Administraciones Públicas" a la que se han inscrito 6 casos. Por ranking de inscripciones: Campaña de Lanzamiento, 41; Campaña Integrada, 30; Campaña de Producto/Servicio, 24; Estrategia Más Original y Disruptiva, 22; Acción Táctica, 21; Campaña Presupuesto Inferior a 250.000€ (Campañas Tácticas o de Producto/Servicio), 14; Acción en Branded Content y Campaña de Social Media / Influence Marketing, 12; Construcción de Comunidad y Audiencia Propia, 11; Campaña de Experiencia de Marca, Campaña Regional/Local, Campaña Internacional y Construcción de una Marca, 10; Demostración de Propósito Social de Marca, 7; Campaña de Administraciones Públicas, 6 y Campaña de ONG, 3.

Prácticamente todos los sectores con inversión publicitaria están representados en esta lista larga: administración, alimentación y bebidas, audiovisuales, automoción, belleza e higiene, distribución, entretenimiento, finanzas, formación, fundaciones, restauración, salud, seguros, telecomunicaciones, transportes, turismo, etc.

Jurado Eficacia 2026

El jurado, que ya desde su primera reunión ha comenzado a trabajar en el análisis de los casos, está compuesto por 17 profesionales de la industria con Sergio Vicente, director de Marca y Comunicación de Leroy Merlin al frente como presidente, a quien acompañan:

Víctor Aguado, gerente de Inteligencia y Posicionamiento de Marca de Telefónica / Representante i+a.

Ana Alonso, Head of Strategy de VML THE COCKTAIL / Representante APG.

Montse Blanco, Marketing Director de Fundación “la Caixa”.

Gustavo Buchbinder, Partner de Webar Interactive / Be Influencers / Gulia / Representante Jurado Internacional.

Marta Carreras, Sr. Creative Strategy de Coca-Cola TM Europe.

Beatriz Faustino, Chief Marketing & Digital Officer | Retail & Consumer Brands / Representante del Club de Jurados.

Ángel Fernández, director de Marca y Estrategia Global de LaLiga.

Helena Grau, directora de Servicios al Cliente de Fuego Camina Conmigo.

Rita Gutiérrez, CEO de Starcom.

Gustavo Martínez, Country Manager y Global Chief Growth Officer de Newlink.

Mireia Mulet, Marketing Director Spain de GBfoods.

Emmanuel Pouey, consultor Marketing.

Paco Rodríguez, CEO y socio fundador de El Ruso de Rocky.

Pepa Romero, Partner Head of Tangity | Customer & Marketing de NTT DATA.

Vicente Ros, Managing Director de Initiative Spain.

Emma Ruiz de Azcárate, directora de Clientes y Marketing de Pelayo Seguros.

Co-Secretarios: Silvia Bajo, directora general de la AEA y César Vacchiano, presidente y CEO de SCOPEN.

Estos galardones alcanzan un histórico de 4.599 casos inscritos, 953 trofeos entregados, 1.078 anunciantes participantes, 791 agencias participantes y 310 jurados.

El próximo 22 de octubre se celebrará la Gala de Entrega de Premios Eficacia 2026 en el Teatro Real.

Patrocinadores y Colaboradores

Los Premios Eficacia cuentan con seis patrocinadores: JCDecaux, Jungle, NewixMedia, OMNICOM MEDIA, Pinterest y YouTube.

Colaboran con los Premios a la Eficacia la Asociación de Agencias de Medios (AM), la Asociación de Agencias de Creatividad Transformadora (ACT), la Asociación Española de Planificadores Estratégicos (APG Spain), AUTOCONTROL, la Branded Content Marketing Association (BCMA), el Club de Creatividad (c de c), e Insights + Analytics España (i+a). También se contará con el apoyo de UnaDeDos.

Los Premios Eficacia han revalidado en esta edición su condición como Festival UnaDeDos gracias a su compromiso con la paridad.