



Arranca la XXVIII edición de los Premios a la Eficacia con importantes novedades

Se abren las inscripciones a los Premios Eficacia 2026

Madrid, 8 de abril de 2026.-Los Premios a la Eficacia de la Asociación Española de Anunciantes (AEA), que cuentan con el asesoramiento estratégico de SCOPEN, arrancan la edición de 2026 con la apertura de inscripciones que tiene lugar desde hoy mismo, 8 de abril, hasta el 22 de mayo. Las bases de participación, formularios de inscripción y categorías se pueden consultar en la web www.premioseficacia.com.

Esta edición se inicia con importantes novedades. La primera, el proceso para formar parte del jurado que ha estado abierto a todo aquel profesional que, cumpliendo una serie de requisitos, haya decidido aplicar, próximamente se anunciará su composición.

Asimismo, se han realizado cambios en el formulario de inscripción dirigidos a garantizar, aún más, que los casos inscritos presenten resultados tangibles en relación con los objetivos preestablecidos, con una justificación basada en datos. Para entender la causa – efecto se aplican principios generales que ayuden a entender la correlación, tales como: qué hubiera ocurrido si las circunstancias hubiesen sido distintas; la independencia de factores externos; la comparabilidad; la temporalidad, etc. Se trata de explicar mejor la demostración de la eficacia, la esencia del negocio, para ello se pondrá en marcha un webinar abierto a la industria que tendrá lugar el 22 de abril, además, será una de las temáticas del próximo seminario eficacia del 19 de mayo.

También se ha modificado la redacción de algunas categorías y se ha creado una nueva: “Campaña de Administraciones Públicas”, a la que se podrán presentar todas las acciones de comunicación difundidas a través de los medios e impulsadas por alguna administración, sea nacional, autonómica o local.

Esta categoría reconocerá las campañas de orientación pública que informan sobre servicios públicos, promueven comportamientos entre la ciudadanía o dan a conocer productos o servicios de titularidad pública. Estos casos también tendrán que demostrar su eficacia y presentar resultados, aunque no siempre en términos de venta o negocio, pero sí de impacto entre la sociedad y el ámbito al que se dirigen.

Por otra parte, en esta edición, Conversa EFK, la plataforma conversacional de los Premios Eficacia se abre al público en general ofreciendo una biblioteca de casos que contiene casi tres décadas de campañas, estrategias y datos transformados en una experiencia en lenguaje natural, disponible en varios idiomas y diseñada para que el usuario dialogue con la historia de la publicidad española. Hasta la fecha el acceso era limitado a los miembros del Club de Jurados. La agencia Darwin & Verne ha sido la creadora de esta herramienta a la que ya se puede acceder libremente desde: www.premioseficacia.com.

Unos premios de toda la industria de la comunicación comercial

Desde 1997 son ya 4.356 los casos inscritos, 953 los trofeos entregados, 1.058 los anunciantes y 743 las agencias que han participado, destacando que, en cada edición, se incorporan nuevas compañías que compiten por primera vez.

Respecto al ranking de anunciantes premiados, lo sigue liderando Coca-Cola y el de agencias McCann. Por otra parte, también, los Premios Eficacia forman parte del ranking mundial WARC Effective 100.

La gala de entrega de premios tendrá lugar el 22 de octubre en el Teatro Real de Madrid.

Los Premios Eficacia mantienen los cinco patrocinadores: JCDecaux, Jungle, NewixMedia, OMICOM MEDIA y Pinterest a los que este año se ha unido 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 este año se contará con el apoyo de UnaDeDos.