Premio a la Agencia Creativa del Año: Oriol Villar

Premio a la Agencia de Medios del Año: OMD

"Cómo sobrevivir a una OPA hostil", de Banco Sabadell, Gran Premio Eficacia 2026

Madrid, 22 de octubre de 2026.-Hoy, en el Teatro Real de Madrid, se acaban de entregar los Premios a la Eficacia, en su XXVIII edición, que convoca anualmente la Asociación Española de Anunciantes (AEA) y que cuentan con la asesoría estratégica de SCOPEN.

El caso "Cómo sobrevivir a una OPA hostil", de Banco Sabadell y las agencias Oriol Villar y Dentsu X, ha conseguido el Gran Premio a la Eficacia 2026, y dos oros en las categorías "Campaña Integrada" y "Estrategia Más Original y Disruptiva".

En mayo de 2024, Banco Sabadell se enfrentó a una OPA hostil por parte de BBVA. Ante el imperativo legal impuesto a "un deber de pasividad", mientras que BBVA, como oferente, sí que podía dirigirse abiertamente al accionariado con campañas específicas, Sabadell apostó por reforzar la marca como un activo que generase confianza y sostuviera la conversación pública durante todo el proceso, diecisiete meses, y apeló a la trascendencia para el conjunto de la sociedad por afectar, por ejemplo, a las pymes que dependen del crédito, a los comercios, a los empleados o a la competencia del sector. Construyeron un sistema integrado de comunicación, modulado por fase y palanca. Se combinó el mensaje racional —respuesta frontal a los argumentos de BBVA— y mensaje emocional —arraigo, identidad, autenticidad—.

Finalmente, la OPA solo obtuvo un 25,47% de aceptación, lo que suponía 25 puntos por debajo del umbral oficial del 50,01%. Cuando, al final del proceso, BBVA mejoró las condiciones de su oferta, tampoco se consiguió cerrar la OPA porque de los 200.000 accionistas minoritarios, más del 97%, la rechazó.

El Premio a la Agencia Creativa del Año ha recaído, por primera vez, en Oriol Villar.

El Premio a la Agencia de Medios del Año ha sido, por quinta vez, para OMD (OMNICOM MEDIA), habiéndolo recibido previamente en 2024, 2015, 2008 y 2007.

Ambas han conseguido este premio por la puntuación obtenida en función de sus casos finalistas y trofeos logrados y, según consta en bases, deben tener casos finalistas con, como mínimo, tres marcas distintas, pertenecientes a diferentes compañías o formar parte de un mismo anunciante.

Los Premios a la Eficacia son los únicos que premian la demostración de los resultados alcanzados por las campañas, ya sea en términos de ventas, notoriedad, construcción de marca, medios ganados, cambios sociales, etc, y posicionan el valor de la publicidad como uno de los principales motores de la economía.

Francisco Rionda, presidente de la Asociación Española de Anunciantes, y director general de Marketing Corporativo en Alsea y Silvia Bajo, directora general de la Asociación Española de Anunciantes, hicieron entrega de los máximos galardones.

El total de trofeos ha sido de 47 -incluido tanto el Gran Premio como los Premios a la Agencia Creativa del Año y a la Agencia de Medios del Año -, entre los cuales se cuentan 19 oros, 14 platas y 11 bronces, conseguidos por 27 anunciantes, 22 agencias líderes y 22 agencias colaboradoras.

Por recuento de oros, en la categoría "Construcción de una Marca", este metal ha sido para Mahou San Miguel por "Alhambra. Sin prisa", de LLYC; tanto en "Mejor Campaña Integrada" como en "Estrategia más Original y Disruptiva" lo ha obtenido Banco Sabadell por "Cómo sobrevivir a una OPA hostil", de las agencias Oriol Villar y Dentsu X; en "Campaña de Lanzamiento", le ha correspondido a Sony Pictures Entertainment por "Torrente Presidente", de las agencias OMD (OMNICOM MEDIA) y Amiguetes; en la categoría de "Campaña de Producto / Servicio" se han concedido dos oros, uno para Bizum por "No compartas más de la cuenta", de El Ruso de Rocky y Sound Media Mad, y otro para Telefónica Movistar por "Maruxa", de Oriol Villar y Havas Media; en "Acción Táctica" lo ha obtenido ISDIN por "ISDIN UV a tatoo to learn", de Havas Play y Arena Media; en "Campaña de Socia Media / Influence Marketing" ha sido para Yum! Brands, KFC, por "Don Pollo", de Jungle PS21 y Arena Media, con la colaboración de Jungle MeMe; en "Campaña de Experiencia de Marca" ha sido para Fundación "la Caixa" por "Siempre acompañados. La llamada de la soledad", de Manifiesto con la colaboración de Havas Media; en "Regional / Local" le ha correspondido a Banco Sabadell por "¿Qué hacemos con el dragón?" de Oriol Villar y Dentsu X; en "Construcción de Comunidad y Audiencia Propia" lo ha ganado ING Bank, por "Leonardo", de Fuego Camina Conmigo e iProspect; en "Acción en Branded Content" ha sido para Mahou San Miguel por "Sosegá", de LLYC; en "Campaña de Presupuesto Inferior a 250.000 € (campañas tácticas o de producto / servicio) ha recaído en What The Sleep, por "Bomba de humo", de Fuego Camina Conmigo; en "Campaña Internacional" ha sido para The Kraft Heinz Company por "Mr. Ridiculously Good", de VML THE COCKTAIL y las agencias colaboradoras Sanrio - Mr. Men Little Miss, Wonderland, HH Global y Carat; en "Demostración de Propósito Social de Marca" se ha alzado con el oro Telefónica Movistar, por "Huesos", de VML THE COCKTAIL, con la colaboración de Havas Media; en "Campaña de ONG", se le ha otorgado a Asindown, por "Asesores de la simplicidad", de Rosebud y la colaboración de Montaña. En cuanto a los Reconocimientos Especiales, el de Investigación ha contado con dos oros, uno para Iberdrola por "Plan súper tranquilidad", de Zenith y Ogilvy Spain, con la colaboración de Making Science y We Are Social, y otro para Telefónica Movistar Plus por "Discursos de cine" de &Rosàs Agency y con la colaboración de Havas Media. El Reconocimiento Especial a la Reaparición de una Marca Icónica ha sido para Ebro Suv, por "Volvamos a bailar", de Forasters Studio y Spark Foundry.

El Jurado de la XXVIII edición de los Premios a la Eficacia

El Jurado que ha evaluado los casos en función de los criterios de "Estrategia", "Idea y Ejecución", y "Resultados", y que ha acompañado al presidente de esta edición, Sergio Vicente (Director de Marca y Comunicación de Leroy Merlin), ha estado compuesto por 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, Consultor de marca. Creative Strategy Director The Other 4; 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 y Emma Ruiz de Azcárate, directora de Clientes y Marketing de Pelayo Seguros.

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

La Gala contó con Esther Vaquero, periodista de informativos, como presentadora por segunda vez consecutiva.

Asimismo, fue retransmitida en directo por el canal de Eficacia en YouTube.

Como colofón, tuvo lugar el cóctel de celebración en el mismo Teatro Real y la fiesta oficial que continuó en Marta Cocktail Club.

Patrocinadores y Colaboradores

En esta edición los patrocinadores han sido: 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).

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

La agencia oficial de los Premios Eficacia 2026 ha sido Acciona.
También han colaborado Ipsos y Life Gourmet.

Se adjunta Palmarés de los Premios Eficacia 2026.

Más información:

Convoca:



Asociación Española de Anunciantes

Elena Pérez del Monte

Tel.: 91 556 03 51
elenap@anunciantes.com

Asesoría estratégica:



SCOPEN

Elisa Moreno

Tel.: 91 702 11 13
emoreno@scopen.com