

BASES Y

CAT EGO RÍAS

Lo mejor
del Social Media
2026

AD SOCIAL MEDIA
AWARDS

ÍNDICE

Bases	2
Bloques y categorías	3
Definición de las categorías	4
Inscripción de piezas	12
Importante para inscribir	13
Fechas clave	14

BASES

Los Ad Social Media Awards nacen con la intención de premiar el talento y la genialidad que hay detrás de la publicidad en las redes sociales. Queremos galardonar las piezas audiovisuales que idean las mentes brillantes de las agencias creativas, agencias de medios, anunciantes, medios de comunicación y creadores de contenido para su publicidad en social media.

Elección de los ganadores

A cargo de la elección de los ganadores está el jurado de Ad Social Media Awards, quienes valorarán la creatividad en los recursos y en los mensajes, la eficacia en los resultados y la innovación en los formatos de las campañas presentadas. Esto implica que la campaña:

- Ha demostrado haber cumplido o superado los objetivos marcados para esta.
- Ha impactado al público objetivo causando una reacción en este.
- Ha marcado una tendencia en el sector o en la red en la que se ha llevado a cabo.
- Ha logrado viralizarse gracias al buen uso de los recursos, por su mensaje o por su calidad de producción audiovisual.

Sobre las campañas

Solo serán consideradas aquellas campañas que hayan sido utilizadas para hacer publicidad en alguna plataforma considerada como red social: Instagram, X (nuevo Twitter), Facebook, YouTube, WhatsApp, TikTok, Threads, Snapchat, LinkedIn y Pinterest.

En cuestión geográfica, los Ad Social Media Awards solo premiarán campañas ejecutadas e implementadas en territorio nacional (España).

Las campañas presentadas deben haber sido ejecutadas entre septiembre de 2025 y junio de 2026.

BLOQUES Y CATEGORÍAS



ESTRATEGIA

Premia el pensamiento, la planificación y el impacto global.

Mejor estrategia de social media

Mejor uso estratégico de Social Commerce / Retail Media



CONTENIDO

Premia la creatividad aplicada a social y la capacidad de generar impacto cultural.

Mejor uso de formato corto

Mejor contenido de marca

Mejor estrategia de marketing de influencia y/o prescripción

Mejor uso del Real Time



EFICACIA

Premia donde social media deja de ser solo conversación para convertirse en resultados medibles.

Mejor gestión de comunidad

Campaña más eficaz en social media



SPECIAL AWARDS

Premia la excelencia, el talento y la contribución al ecosistema social media desde la creación, las marcas y la industria.

Mejor creador de contenido

Talento referente en social media

Mejor anunciante del año

Mejor agencia del año

DEFINICIÓN DE LAS CATEGORÍAS

ESTRATEGIA

Mejor estrategia de social media

SE RECONOCERÁ

El pensamiento detrás de la ejecución: el por qué, el para qué y el cómo social media se convierte en una palanca relevante dentro del ecosistema de comunicación.

MUY IMPORTANTE

No se valorará el uso de una plataforma concreta, sino la solidez de la estrategia y su capacidad para trasladarse a distintos entornos sociales de forma coherente y efectiva.

SE VALORARÁ

- Identificación clara del problema o la oportunidad de negocio.
- Definición de un insight sólido y accionable.
- Planteamiento estratégico (rol de social media dentro del ecosistema global).
- Coherencia entre estrategia, audiencia y ejecución.
- Capacidad de adaptación a la naturaleza cambiante del entorno social.
- Impacto en objetivos de marca y/o negocio.

Mejor uso estratégico de Social Commerce / Retail Media

El Social Commerce ha evolucionado de ser un canal de visibilidad a convertirse en una palanca directa de negocio y conversión.

SE RECONOCERÁ

La estrategia que haya utilizado social media como palanca directa de negocio, integrando contenido, creatividad, comunidad y medios para generar conversión a lo largo del funnel.

MUY IMPORTANTE

No se valorarán únicamente los resultados, sino la capacidad de la estrategia para construir un sistema de conversión sostenible desde social media.

SE VALORARÁ

- Integración de social media dentro del funnel (awareness, consideración y conversión).
- Uso estratégico de formatos, plataformas y soluciones orientadas a compra.
- Conexión entre contenido, comunidad y paid media.
- Uso de datos para segmentación, optimización y toma de decisiones.
- Experiencia de usuario (fluidez entre impacto, interacción y conversión).
- Resultados en métricas de negocio (ventas, leads, ROAS, conversión, etc.).

CONTENIDO

Mejor uso de formato corto

Este premio pone en valor la capacidad de las marcas para adaptarse a un entorno donde la atención es limitada y el contenido compite en igualdad de condiciones con creadores y cultura digital.

SE RECONOCERÁ

El uso más eficaz y creativo del formato de vídeo corto en social media, demostrando un entendimiento profundo de sus códigos, ritmo y dinámica de consumo.

MUY IMPORTANTE

No se premiará el uso puntual del formato, sino la capacidad de entenderlo y utilizarlo de forma consistente, estratégica y alineada con la marca.

SE VALORARÁ

- Capacidad de captar la atención en los primeros segundos (hook).
- Dominio del lenguaje nativo del formato (ritmo, edición, narrativa).
- Adaptación a dinámicas de consumo mobile-first y scroll.
- Relevancia dentro de la cultura de la plataforma (sin forzar tendencias).
- Capacidad de generar interacción, compartibilidad y conversación.
- Resultados en visualizaciones, retención y engagement.

Mejor contenido de marca (Branded Content)

Este premio reconoce aquellas piezas de comunicación producidas o coproducidas por una marca que, mediante formatos que cumplan un rol de entretenimiento, información y/o utilidad, tiene el fin de comunicar sus valores y conectar con una audiencia, que al encontrarlo relevante le dedica voluntariamente su tiempo de atención. La marca crea o cocrea el contenido, y el usuario decide consumirlo voluntariamente, al contrario que una campaña publicitaria con medios pagados y formatos clásicos de ATL. E.

SE RECONOCERÁ

El contenido de marca que haya logrado conectar de forma relevante con su audiencia, generando valor más allá del mensaje publicitario y conectando de forma auténtica en el entorno social media.

MUY IMPORTANTE

No se premiará únicamente la calidad de producción, sino la capacidad del contenido para conectar de forma auténtica con la audiencia en el entorno social.

No es un product placement, no es patrocinio, no es native advertising o advertorials, no es simplemente contenido en redes sociales. Lo que diferencia al Branded Content de una campaña publicitaria al uso es su capacidad de atraer a las audiencias y retenerlas de forma orgánica y no pagada, por el interés de su contenido con resultados de impacto en el entorno social.

SE VALORARÁ

- Capacidad de generar interés y consumo orgánico y no pagado.
- Debe tener finalidad de informar, entretener o ser de utilidad.
- Adaptación al lenguaje y códigos de cada plataforma.
- Relevancia cultural y contextual.
- Calidad creativa y narrativa.
- Coherencia con el territorio y propósito de la marca.
- Capacidad de generar engagement, conversación o recuerdo.

Mejor estrategia de marketing de influencia y/o prescripción

Este galardón reconoce aquellas activaciones que entienden a los creadores no como un canal, sino como partners en la construcción de contenido, narrativa e influencia.

SE RECONOCERÁ	SE VALORARÁ
La colaboración entre marca y creadores que haya logrado generar valor real para la audiencia, desde un enfoque auténtico, estratégico y alineado con el entorno social.	> Selección estratégica de creadores (afinidad real con la marca y la audiencia). > Nivel de co-creación y participación del creador en la idea. > Integración natural del mensaje de marca en el contenido. > Capacidad de generar credibilidad y conexión con la comunidad. > Relevancia cultural o impacto en conversación. > Resultados en engagement, percepción de marca y/o negocio.
MUY IMPORTANTE No se premiará el volumen de seguidores o alcance, sino la calidad de la colaboración y su capacidad de generar impacto real.	

Mejor uso del Real Time

Este galardón reconoce aquellas acciones capaces de integrarse de manera natural en la cultura y dinámica de las plataformas sociales, entendiendo los códigos, tiempos y formatos propios de la conversación digital.

SE RECONOCERÁ	SE VALORARÁ
A la marca que haya demostrado una mayor capacidad para identificar, interpretar y activar conversaciones, tendencias o momentos relevantes dentro del entorno social de forma ágil, creativa y contextual.	> Capacidad para detectar y reaccionar a tendencias, conversaciones o momentos relevantes. > Rapidez y agilidad en la ejecución. > Adaptación creativa de tendencias o formatos al universo de marca. > Entendimiento de los códigos y lenguaje de las plataformas sociales. > Naturalidad y relevancia dentro de la conversación social. > Capacidad de generar engagement, conversación y amplificación orgánica.
MUY IMPORTANTE No se premiará únicamente la rapidez de reacción, sino la capacidad de la marca para reinterpretar tendencias y momentos culturales de forma relevante, diferencial y coherente con su identidad.	



Mejor gestión de comunidad (orgánico)

Este premio pone en valor la capacidad de social media para impactar desde lo orgánico, convirtiendo la comunidad en una palanca real de engagement, percepción y valor de marca. Entendiendo como comunidad audiencias activas que actúan como verdaderos seguidores y defensores de la marca dentro del entorno social.

SE RECONOCERÁ

La gestión de comunidad que haya logrado generar resultados relevantes para la marca a través de una estrategia orgánica, basada en la conversación, la relación y la activación de la audiencia.

MUY IMPORTANTE

No se valorará la inversión en paid media. Este premio reconoce exclusivamente la capacidad de generar resultados a través de la gestión orgánica de la comunidad.

SE VALORARÁ

- > Capacidad de generar conversación activa y sostenida.
- > Desarrollo de una voz de marca reconocible y relevante.
- > Gestión estratégica de la interacción (no solo respuesta, también dinamización).
- > Activación de la comunidad como motor de amplificación orgánica.
- > Capacidad de capitalizar tendencias, momentos y cultura social.
- > Resultados en:
 - > Engagement cualitativo.
 - > Alcance orgánico.
 - > Crecimiento de comunidad.

Campaña más eficaz en social media (Paid)

Este galardón reconoce aquellas campañas en las que la estrategia de paid media, el uso de datos y la optimización continua han sido clave para maximizar el impacto y la eficiencia.

SE RECONOCERÁ

Aquellas campañas en las que la estrategia de paid media, el uso de datos y la optimización continua han sido clave para maximizar el impacto y la eficiencia.

MUY IMPORTANTE

No se premiará el volumen de inversión, sino la capacidad de generar resultados eficientes y escalables a través de una gestión estratégica del paid media.

REQUISITO INDISPENSABLE

Los resultados deben ser validados por el cliente, apareciendo su firma en los documentos que contengan datos. Sin ello, la inscripción no será válida.

SE VALORARÁ

- Definición clara de objetivos y KPIs (negocio y/o marketing).
- Planteamiento estratégico del paid dentro del funnel.
- Uso de segmentación, audiencias y data.
- Capacidad de testing, optimización y aprendizaje.
- Eficiencia de la inversión (ROI, ROAS, CPA, CPL, etc.).
- Resultados en:
 - Alcance cualificado.
 - Generación de leads o ventas.
 - Conversión.
 - Incremento de negocio.



SPECIAL AWARDS

Mejor creador de contenido

Este galardón reconoce a aquellos perfiles que entienden el lenguaje de las plataformas y son capaces de construir comunidad, influencia y cultura a través de su contenido.

SE RECONOCERÁ

Al creador que haya destacado por su capacidad de generar contenido relevante, diferencial y conectado con su audiencia dentro del ecosistema social.

MUY IMPORTANTE

No se premiará la notoriedad o el tamaño de la audiencia, sino la capacidad del creador para generar impacto real a través de contenido diferencial, conexión con la comunidad y entendimiento del entorno social.

SE VALORARÁ

- Creatividad y originalidad del contenido.
- Consistencia y evolución del perfil.
- Capacidad de generar comunidad y engagement real.
- Influencia más allá del volumen de seguidores.
- Adaptación a formatos, tendencias y plataformas.
- Colaboraciones con marcas (si aplica) y su integración natural.

Talento referente en social media

Este premio pone en valor a quienes están construyendo el social media desde dentro: profesionales que no solo siguen la evolución del entorno, sino que contribuyen activamente a definirlo con su trabajo.

SE RECONOCERÁ

A aquel profesional que, a través de su trabajo en social media, se haya consolidado como un perfil de referencia dentro del sector, destacando por su criterio, capacidad de ejecución y entendimiento de la disciplina.

MUY IMPORTANTE

No se valorará la visibilidad pública o notoriedad, sino la calidad del trabajo, la aportación a la disciplina y su impacto real en el ámbito profesional del social media.

SE VALORARÁ

- Trayectoria y experiencia demostrable en social media.
- Capacidad de adaptación a la evolución de plataformas, formatos y tendencias.
- Participación en proyectos o campañas relevantes.
- Criterio estratégico y entendimiento del medio.
- Consistencia y evolución profesional.
- Reconocimiento dentro del sector por su trabajo.

Mejor anunciante del año

Se premiará a la marca que haya demostrado una apuesta sólida, consistente y relevante por el social media como canal estratégico, en base a los resultados obtenidos en esta edición de los premios.

Este es el sistema de puntos para su medición:

Oro	10 puntos
Plata	7 puntos
Bronce	4 puntos
Short list	1 punto

Mejor agencia del año

Se reconocerá a la agencia con mejor desempeño global en social media durante el periodo evaluado, en base a los resultados obtenidos en esta edición de los premios.

Este es el sistema de puntos para su medición:

Oro	10 puntos
Plata	7 puntos
Bronce	4 puntos
Short list	1 punto

INSCRIPCIÓN DE PIEZAS

Para las categorías dentro de **estrategia, contenido y eficacia**:

La inscripción de las piezas se hará a través del enlace habilitado en la página web oficial de los premios.

CUMPLIMENTAR CORRECTAMENTE LA FICHA DE INSCRIPCIÓN

En ella se solicita:

- Categoría a la que se quiere optar.
- Título de la campaña.
- Agencia/empresa/creador que inscribe y anunciante.

Además, hay que proporcionar: persona de contacto, móvil y correo electrónico corporativo.

ELABORAR Y ENTREGAR (EN PDF) UN INFORME DE LA CAMPAÑA - MÁXIMO 10.000 CARACTERES

Este informe tendrá estos apartados:

- Contexto de la campaña.
- Objetivos específicos.
- Descripción de la campaña.
- Impacto de la campaña.

ENTREGAR UN VÍDEO O IMAGEN DE LA CAMPAÑA

Se utilizarán para visualizar la campaña presentada y para proyectar el caso en la gala.

IMPORTANTE: si es vídeo - formato .mp4 (códec H264) | si es imagen - formato .png o .jpg

ENTREGAR LOS ARCHIVOS ADICIONALES QUE SE CONSIDEREN

Pueden ser:

- Moodboard, collage o imagen resumen (en formato .png).
- Vídeo case (máximo 1 minuto, formato .mp4 - códec H264).
- Piezas complementarias originales: vídeo (.mp4 - códec H264), audio (.mp3), imagen (.png).
- URL.

IMPORTANTE PARA INSCRIBIR

- Los casos presentados deberán ser anónimos. Es decir, los materiales no pueden hacer referencia a la agencia que ha llevado a cabo la campaña. De ser así, la inscripción no será válida.
- Los datos que se utilicen en la ficha de inscripción serán los que la organización utilizará para anunciar a los finalistas y ganadores. Es responsabilidad de quien inscribe de completar los datos correctos para su utilización.
- En el caso de haber agencias colaboradoras, deberán ser indicadas en la ficha de inscripción para poder figurar en los créditos.
- Los datos de la categoría de “Campaña más eficaz en social media (Paid)” deben ir firmados por el cliente. Sin esto, la inscripción no será válida.

PRECIOS DE INSCRIPCIÓN

Para las categorías dentro de **estrategia, contenido y eficacia**.

HAY 2 FASES DEL PROCESO DE INSCRIPCIÓN:

- Hasta el **24 de julio de 2026**.
 - Precio de inscripción 150€ (IVA no incluido).
- Del 24 de julio hasta el **9 de septiembre de 2026**.
 - Precio de inscripción 275€ (IVA no incluido).

CATEGORÍAS DENTRO DE SPECIAL AWARDS

Para las categorías que se incluyen dentro de los Special Awards existen dos procesos de nominación y selección de ganadores diferente.

Mejor creador de contenido y Talento referente en social media

Se invitará a los profesionales que conforman el jurado de esta edición a nominar a los perfiles que cumplan con los objetivos establecidos en estas bases. Del total de los candidatos, el jurado votará al ganador en cada una de las dos categorías. Ganará el perfil que haya recibido más votaciones.

Mejor anunciante y Mejor agencia

Se sumarán los resultados obtenidos en el resto de categorías de esta edición de los Ad Social Media Awards. Este es el sistema de puntos para su medición:

Oro	10 puntos
Plata	7 puntos
Bronce	4 puntos
Short list	1 punto

FECHAS CLAVE

Plazo para la inscripción de campañas

- Primera fase: del 2 de junio al 24 de julio de 2026
- Segunda fase: del 25 de julio al 9 de septiembre de 2026

Publicación Shortlist

- 23 de septiembre de 2026

Reunión del jurado

- 29 de septiembre de 2026

Publicación de los ganadores (oros, platas y bronces)

- 8 de octubre de 2026 en la gala de entrega de premios Ad Social Media Awards



BASES Y

CATE GO RÍAS

La inscripción de piezas en los Ad Social Media Awards, y por tanto, la participación en estos premios, implica la aceptación y comprensión completa de estas bases. La organización se verá obligada a descalificar las piezas que no se inscriban en los plazos establecidos y/o no cumplan con las presentes bases. Para obtener más información de estos premios, puede ponerse en contacto con la organización a través del email info@adsocialmediaawards.com

Lo mejor
del Social Media
2026

AD SOCIAL MEDIA
AWARDS