



Descubre que empresas valencianas han ganado los Premios Dircom 2026

Los premios a Nealis y Choví reconocen el liderazgo de las empresas valencianas en rebranding, estrategia de marca y creatividad digital.



La Asociación de Directivos de Comunicación, Dircom, celebra en el Teatro Calderón de Madrid la 9ª edición de los Premios Dircom Ramón del Corral, en la que ha reconocido los 24 mejores proyectos de comunicación corporativa, institucional y de marca creados y difundidos en España.

Entre las compañías premiadas en esta edición figuran Nealis, Choví, BBVA, CaixaBank, Iberdrola, Repsol, Aqualia, Ecoembes, ESIC, Ilunion, Moeve o Naturgy, entre otras. Los proyectos premiados reflejan algunos de los principales retos actuales de la profesión: la gestión de la reputación, la comunicación interna, la sostenibilidad, los asuntos públicos, la comunicación institucional o el uso responsable de la inteligencia artificial.

Entre los galardones destacados, Banco Sabadell ha obtenido dos premios por sus proyectos vinculados a la comunicación en el contexto de una OPA hostil, en las categorías Comunicación y Alta Dirección y Comunicación Integral en Grandes Compañías. Naturgy ha sido reconocida en la nueva categoría Mejor campaña de comunicación con IA, mientras que AIReF ha recibido el premio en Comunicación Integral en Instituciones Públicas, otra de las novedades de esta edición.

El Premio Especial de la Junta Directiva ha recaído este año en Sandra Golpe, directora y presentadora de Antena 3 Noticias 1, y en Ac2ality, proyecto informativo impulsado por Daniela Macarena, Gabriela Campbell, María Murillo y Paula Muñoz.

Bajo el concepto «La comunicación que conecta generaciones», Dircom reconoce dos formas de acercar la información a públicos distintos: el periodismo televisivo riguroso, cercano y contextualizado de Sandra Golpe, y los nuevos lenguajes digitales de Ac2ality, capaces de conectar con audiencias jóvenes desde formatos ágiles, visuales y comprensibles.



El Premio Especial de la Junta Directiva fue entregado por Jaime Massó y Laura Gonzalvo, vocales de la Junta Directiva de Dircom.

Por su parte, Joaquín Mouriz, presidente de Dircom, dio la bienvenida a los asistentes y destacó que «los proyectos premiados demuestran que la comunicación es hoy una función decisiva para generar confianza, gestionar la reputación y ayudar a las organizaciones a responder con rigor en entornos cada vez más complejos».

La gala, conducida por Zapata Tenor y retransmitida en directo a través de YouTube, ha reunido a más de 600 profesionales de la comunicación en una noche única y tuvo el tiempo como hilo conductor creativo, combinando la entrega de premios con música en directo a cargo de 20 músicos de la Sinfónica de Rivas, Alma Mahler.

Esta edición ha supuesto el cierre de la etapa de Javier Fernández del Moral al frente de la presidencia del jurado de los Premios, tras nueve años dirigiendo la evaluación de los proyectos. A partir de la próxima edición, tomará el relevo José Manuel Velasco, expresidente de Dircom y consultor de referencia en comunicación.

La edición de 2026 ha contado con 263 candidaturas, 66 proyectos finalistas y 24 categorías. Los trabajos han sido evaluados por un jurado formado por 45 profesionales de los ámbitos corporativo, institucional, académico y mediático. La gala ha contado con el patrocinio de BEON Worldwide y la colaboración de Alma Mahler y Best Way.

En el bloque de Comunicación de Propósito y Marca, los reconocimientos fueron para el Hospital Sant Joan de Déu por la campaña «Pacientes sin diagnóstico» en la categoría de Comunicación de Propósito; para Animaj y Burson por «Pocoyó: el regreso de un icono Made in Spain» en Imagen de Marca; para ESIC University por «CULPABLE» en Comunicación de Producto o Servicio; y para Nealis por «Rebranding con propósito. De Grupo Gimeno a Nealis» en la categoría de Rebranding.

En el apartado de Eventos, BBVA fue distinguida por «BBVA Go Further» como mejor Evento Interno, mientras que Mahou y True PR recibieron el galardón a Mejor Evento Externo por la iniciativa «La caña de Mahou entre los veinte iconos de Madrid».

Dentro de Comunicación Interna, Ecoembes y Roman Reputation Matters fueron premiados por «Reverde – Una nueva Comunicación Interna para una nueva Ecoembes» en la categoría de Motivación y Engagement, mientras que Moeve obtuvo el reconocimiento en Cuidado de los Empleados por su proyecto «Accesibilidad Digital en Canales Internos».

En Multimedia, Lidl y Keepers (parte de Apple Tree) se alzaron con el premio a Mejor Estrategia de Audio o Podcast por «Los frescos de Lidl». Por su parte, Choví, Apple Tree y Keepers fueron reconocidos por la campaña nativa en redes sociales «Brava»; Repsol y Warner Music Spain por el vídeo corporativo «Todo Cambia»; y Radisson Hotels junto a Apple Tree por su soporte digital «Creator Hub».

La categoría de Inteligencia Artificial distinguió a Naturgy por la campaña «Los Reyes Magos», mientras que en ESG los galardones recayeron en CaixaBank por «Impresionantes. Día de la Discapacidad 2025» en Compromiso Social; Ecovidrio e [ILUNION](#) Comunicación Social por «El Efecto Mari Rosa» en Compromiso Ambiental; la Junta de Castilla y León y Puentia Comunicación

PUBLICACIÓN: economia3.com

PAÍS: ESP

TIPO: Web

AVE: €1581.66

AUDIENCIA: 735692

AMD: 29290.00

TMU: 0.04 min

AUTOR: Redacción E

URL: economia3.com



> [Versión en línea](#)

> 17 de junio de 2026 a las 12:37

por «Sostenibilidad territorial y demográfica CYL» en Buen Gobierno; y Aqualia por su memoria de sostenibilidad «El hilo azul que nos une».

En Comunicación de Crisis, Iberdrola fue premiada por la iniciativa «Ciberseguridad, por mis compañeros. Por mí primero». Por su parte, el reconocimiento en Lobby y Asuntos Públicos recayó en la alianza formada por Bolt, Marcas de Restauración, España de Noche, Cerveceros de España, TimeOut, Talento para el Futuro y Harmon por la campaña «La ciudad nos mueve».

Banco Sabadell también fue distinguido en la categoría de Comunicación y Alta Dirección por «El poder de liderar el relato en una OPA hostil». Asimismo, en el bloque de Comunicación Integral, los premios fueron para Fundación Cruz Roja Española y Archetype España por «#ConversacionesHumanitarias» en la categoría de ONG; para AIReF y Viewpoint por «AIReF: Comunicación Integral. Divulgación con rigor» en Instituciones Públicas; para Prodigioso Volcán por «Comunicación Integral de Prodigioso Volcán» en la categoría de Pymes; y para Banco Sabadell por «El poder de la comunicación en una OPA hostil», reconocida como la mejor iniciativa de Comunicación Integral en Grandes Compañías.