



## Los ganadores de los Premios Dircom Ramón del Corral: Sandra Golpe, Ac2ality y Banco Sabadell



La novena edición de los galardones distingue 24 iniciativas de referencia por su capacidad para acercar la información a públicos diversos. Más de 600 profesionales se dieron cita ayer en el Teatro Calderón de Madrid para asistir a la 9ª edición de los Premios Dircom Ramón del Corral, los galardones que reconocen la excelencia en comunicación corporativa, institucional y de marca en España. Organizados por la Asociación de Directivos de Comunicación (Dircom), los premios distinguieron 24 proyectos que reflejan algunos de los principales desafíos y transformaciones actuales que afronta el sector.

Bajo el concepto «La comunicación que conecta generaciones», Dircom reivindica la capacidad de la comunicación para construir puentes entre organizaciones, ciudadanía y públicos cada vez más diversos. Los proyectos galardonados abordaron cuestiones clave como la gestión de la reputación, la comunicación interna, la sostenibilidad, los asuntos públicos, la comunicación institucional o la aplicación responsable de la IA.

Entre las compañías premiadas en esta edición figuran grandes instituciones como BBVA, CaixaBank, Iberdrola, Repsol, Aqualia, Ecoembes, ESIC, [Ilunion](#), Moeve o Naturgy, cuyos proyectos fueron valorados por su capacidad para generar impacto, confianza y valor estratégico.

Sandra Palo y Ac2ality: los grandes ganadores de los premios Dircom

Los Premios Dircom Ramón del Corral reconocen con el Premio Especial de la Junta Directiva dos formas distintas de acercar la información a los distintos públicos: el periodismo televisivo riguroso, cercano y contextualizado de Sandra Golpe, directora y presentadora de Antena 3 Noticias 1, y los nuevos lenguajes digitales de Ac2ality, el proyecto impulsado por Daniela Macarena, Gabriela Campbell, María Murillo y Paula Muñoz que ha sido capaz de conectar con audiencias jóvenes desde formatos ágiles, visuales y comprensibles.



Junto con ellos, Banco Sabadell obtuvo dos galardones gracias a sus iniciativas de comunicación desarrolladas en el contexto de una OPA hostil. La entidad fue reconocida en las categorías de Comunicación y Alta Dirección y Comunicación Integral en Grandes Compañías. Por su parte, Naturgy recibió el premio en la nueva categoría de Mejor Campaña de Comunicación con Inteligencia Artificial, mientras que la Autoridad Independiente de Responsabilidad Fiscal (AIReF) se alzó con el reconocimiento a la mejor Comunicación Integral en Instituciones Públicas, otra de las novedades de esta edición.

Premios Dircom 2026: el tiempo como eje central de la gala

Durante la apertura del acto, el presidente de Dircom, Joaquín Mouriz , destacó la importancia creciente de la comunicación en un contexto de elevada complejidad: «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», afirmó.

La gala, conducida por Zapata Tenor y retransmitida en directo a través de YouTube , tuvo al tiempo como hilo conductor narrativo y creativo. La entrega de premios se combinó con actuaciones en directo de una veintena de músicos de la Sinfónica de Rivas, Alma Mahler, en una propuesta que aportó un componente artístico y emocional a la ceremonia.

Si no visualiza correctamente el vídeo embedded, haga clic aquí.

La edición de 2026 también marcó el cierre de una etapa en la dirección del jurado. Javier Fernández del Moral se despidió de la presidencia tras nueve años al frente del proceso de evaluación de los proyectos. Su relevo lo asumirá José Manuel Velasco, expresidente de Dircom y uno de los profesionales de referencia del sector de la comunicación.

En total, los Premios Dircom Ramón del Corral recibieron este año 263 candidaturas , de las que 66 llegaron a la fase final. Los trabajos fueron evaluados por un jurado compuesto por 45 profesionales procedentes de los ámbitos corporativo, institucional, académico y mediático. La gala contó con el patrocinio de BEON Worldwide y la colaboración de Alma Mahler y Best Way.

Ganadores de la 9ª edición de los Premios Dircom Ramón del Corral

**BLOQUE:** Comunicación de Propósito y Marca

**Categoría:** Comunicación de propósito: Hospital Sant Joan de Déu, por «Pacientes sin diagnóstico».

**Imagen de marca:** Animaj y Burson, por «Pocoyó: el regreso de un icono Made in Spain».

Si no visualiza correctamente el vídeo embedded, haga clic aquí

**Comunicación de producto o servicio:** ESIC University, por «CULPABLE»

**Rebranding:** Nealis , por «Rebranding con propósito. De Grupo Gimeno a Nealis».

Eventos



Evento interno: BBVA, por «BBVA Go Further»

Evento externo: Mahou y True PR, por «La caña de Mahou entre los veinte iconos de Madrid».

Ver esta publicación en Instagram

Una publicación compartida de True. (@true\_\_pr)

Comunicación interna

Motivación y engagement en compañías u organizaciones: Ecoembes y Roman Reputation Matters, por «Reverde – Una nueva Comunicación Interna para una nueva Ecoembes».

Cuidado de los empleados en compañías u organizaciones: Moeve , por «Accesibilidad Digital en Canales Internos».

Multimedia

Estrategia de audio y/o desarrollo de podcast: Lidl y Keepers (parte de Apple Tree), por «Los frescos de

L

idl».

Campañas nativas en redes sociales: Choví, Apple Tree y Keepers, por «Brava».

Vídeo corporativo: Repsol y Warner Music Spain, por «Multimedia documental – Todo Cambia».

Si no visualiza correctamente el vídeo embedded, haga clic aquí

Soporte digital: Radisson Hotels y Apple Tree, por «Creator Hub».

Inteligencia Artificial

Mejor campaña de comunicación con IA: Naturgy, por «Campaña Comunicación: Los Reyes Magos».

ESG

Compromiso social: CaixaBank, por «Impresionantes. Día de la Discapacidad 2025».

Compromiso ambiental: Ecovidrio e [ILUNION](#) Comunicación Social, por «El Efecto Mari Rosa».

Si no visualiza correctamente el vídeo embedded, haga clic aquí

Buen gobierno: Junta de Castilla y León y Puentia Comunicación, por «Sostenibilidad territorial y demográfica CYL».



Memoria de sostenibilidad: Aqualia, por «El hilo azul que nos une».

Comunicación de Crisis

Comunicación de crisis: Iberdrola, por «Ciberseguridad, por mis compañeros. Por mí primero»

Lobby y Asuntos Públicos

Lobby y Asuntos Públicos: Bolt, Marcas de Restauración, España de Noche, Cerveceros de España, TimeOut, Talento para el Futuro y Harmon, por «La ciudad nos mueve».

Si no visualiza correctamente el vídeo embedded, haga clic aquí

Comunicación y Alta Dirección

Comunicación y Alta Dirección: Banco Sabadell, por «El poder de liderar el relato en una OPA hostil»

Comunicación Integral

Comunicación Integral en ONGs: Fundación Cruz Roja Española y Archetype España, por « #ConversacionesHumanitarias «.

Comunicación Integral en Instituciones Públicas: AIReF y Viewpoint, por «AIReF: Comunicación Integral. Divulgación con rigor».

Comunicación Integral en Pymes: Prodigioso Volcán , por «Comunicación Integral de Prodigioso Volcán».

Comunicación Integral en Grandes Compañías: Banco Sabadell, por «El poder de la comunicación en una OPA hostil».

Si no visualiza correctamente el vídeo embedded, haga clic aquí