



Ganadores de la primera edición de los Premios Iberoamericanos del Retail



La cumbre del Retail Iberoamericano, que tiene lugar en IFEMA Madrid este 17 y 18 de junio con la feria ExpoRetail, ha tenido un aperitivo de lujo.

En el Estadio Santiago Bernabéu, se ha procedido a la entrega oficial de los galardones correspondientes a la primera edición de los Premios Iberoamericanos del Retail, que distinguen los logros más destacados alcanzados durante el ejercicio 2025.

Se ha reconocido al Mejor CEO del Año 2025, símbolo del liderazgo transformador. Se ha premiado a iniciativas ejemplares en sostenibilidad y a aquellas organizaciones que destacan por crear los mejores entornos para trabajar. También se han puesto en valor los conceptos de negocio más innovadores, los modelos de tienda física que redefinen la experiencia de compra y aquellas empresas que han convertido el servicio al cliente en una auténtica ventaja competitiva.

“El objetivo es reconocer a quienes están liderando la transformación de una de las industrias más dinámicas e influyentes de nuestra economía. Un sector que conecta empresas y ciudadanos, que genera empleo, impulsa la innovación, dinamiza ciudades y contribuye cada día al progreso y bienestar de millones de personas en toda Iberoamérica”, ha señalado Laureano Turienzo, presidente de ExpoRetail, que se celebra estos días en Madrid. “Bajo el lema «Al ritmo del Retail», queremos rendir homenaje a la extraordinaria capacidad de nuestra industria para anticiparse a los cambios, adaptarse a nuevos desafíos y marcar el compás de una sociedad en permanente evolución”, ha dicho.

Premios a la excelencia en el Retail

Martín Tolcachir (Grupo Dia), Javier López (Decathlon) y Guilherme Loureiro (Walmart) han sido los candidatos al Mejor CEO del año 2025, reconocimiento que finalmente ha recaído en Guilherme Loureiro. Este es el máximo reconocimiento individual para el directivo que ha liderado cambios radicales de rumbo, encauzando a sus compañías hacia la rentabilidad y la omnicanalidad. Se premia la trayectoria, el conocimiento profundo del negocio y la capacidad de reinventar el liderazgo en tiempos de incertidumbre.



El Mejor concepto de tienda física del año reconoce aquellos espacios que han dejado de ser simples puntos de venta para convertirse en destinos sensoriales y emocionales. Se premia la capacidad de redefinir la belleza, rescatar tradiciones artesanales o preservar la identidad cultural de una ciudad a través del comercio físico. Como finalistas, estaban flagship de Primor en Preciados, la Galería de Artes Certificadas del Grupo O Valor do Tempo en Oporto, y los Mercados de la Ciudad de México. El premio ha sido para Primor.

Con el Mejor proyecto de sostenibilidad se ha querido distinguir a las empresas que integran la rentabilidad económica con un impacto social y ambiental profundo. Desde la educación corporativa y la erradicación de la desnutrición infantil hasta la creación de hogares dignos para colectivos vulnerables. Los finalistas han sido la Universidad Virtual Liverpool, la Fundación Éxito y el programa “Hogares Dignos” de Leroy Merlin, y el mejor proyecto de sostenibilidad ha sido para la Fundación Éxito

También se ha reconocido a la Mejor empresa para trabajar, con el fin de poner en valor a aquellas organizaciones que sitúan a las personas en el centro de su estrategia, ponderándose especialmente los bajos índices de rotación, las políticas de empleo estable y, muy especialmente, los modelos basados en la inclusión laboral de la diversidad y la discapacidad. En esta categoría brillan Coppel, Mercadona e [llunion](#). En este caso, el jurado ha decidido reconocer como mejor empresa para trabajar a [llunion](#)

El Mejor concepto de negocio de Retail celebra la innovación en el modelo de negocio, ya sea mediante la especialización vertical extrema, la integración total “del campo a la estantería” o la creación de comunidades de “creyentes” de marca a través de contenidos y ediciones limitadas. En este sentido, se destacan los modelos de Sports Emotion, Ametller Origen y Nude Project; éste último se ha hecho con el premio.

Finalmente, el Mejor servicio al cliente del año 2025 ha tratado de destacar la capacidad de ofrecer experiencias personalizadas a los clientes, premiando la rapidez en la resolución, la confianza total en el usuario y la calidez en el trato, tanto en el entorno digital como en el punto de venta exclusivo. Los nominados han sido Amazon España, El Palacio de Hierro y Apple España. Y el que se ha reconocido como mejor servicio al cliente en el año 2025 es el Palacio de Hierro

Difícil elección

Todos estos galardones han sido evaluados por un jurado de extraordinario prestigio, integrado por destacados líderes empresariales, expertos e instituciones de referencia de distintos países de Iberoamérica y presidido por Matilde García Duarte, presidenta de La Distribución Anged Su independencia, experiencia y profundo conocimiento del sector han garantizado un proceso de evaluación riguroso y exigente, a la altura del nivel de excelencia que representan estos premios. Estos son los miembros del jurado:

Italo Atencio, presidente Círculo Iberoamericano del Retail | CIR. Venezuela.

Marcos Pueyrredon, presidente de Ecommerce Institute), Uruguay.

Merce Serra, directora general y consejera de Banco Sabadell Consumer Finance.

PUBLICACIÓN: hiretail.es

PAÍS: ESP

TIPO: Web

AVE: €54.00

AUDIENCIA:

AUTOR:

URL: hiretail.es



[> Versión en línea](#)

> 17 de junio de 2026 a las 11:35

Óscar Romera Jiménez , coordinador general de Economía, Comercio y Consumo del Ayuntamiento de Madrid.

Rafa Juan , CEO Vicky Foods.

Sergio Resille , director general Publicaciones Alimarket.

Darío Sebastián Brasca , presidente Supermercados Cordiez (Argentina).

Susana Voces , presidenta Adigital.

Marta Blázquez , presidenta Faconauto y vicepresidenta Cepyme.

Antonio Font Soler , director general Grupo Euromadi.

Domingos Esteves , director del comité de expertos de Asociación Española del Retail AER y CEO FWD Advisors.

Ignacio Acha García-Noblejas , COO RetailCo Banco Santander.

Carlos Azofra , CEO en Infocap y editor de FoodRetail & Service

“La calidad de las candidaturas recibidas demuestra que el Retail iberoamericano atraviesa uno de los momentos más apasionantes de su historia. Nunca habíamos contado con tantas herramientas para innovar, para conocer mejor a nuestros clientes o para generar experiencias más relevantes. Sin embargo, el verdadero factor diferencial sigue siendo el mismo: las personas capaces de imaginar, liderar y ejecutar los cambios que transforman las organizaciones” , ha concluido Laureano Turienzo.