



Enhorabuena a las 33 empresas reconocidas en la Gala de los Premios Excelencia Relación con Clientes 2026



Personalizar las preferencias de consentimiento

Usamos cookies para ayudarle a navegar de manera eficiente y realizar ciertas funciones. Encontrará información detallada sobre cada una de las cookies bajo cada categoría de consentimiento a continuación.

Las cookies categorizadas como “Necesarias” se guardan en su navegador, ya que son esenciales para permitir las funcionalidades básicas del sitio web....

Siempre activas

Son aquellas que permiten al usuario la navegación a través de una página web, plataforma o aplicación y la utilización de las diferentes opciones o servicios que en ella existan.

Son aquellas que permiten al responsable de las mismas el seguimiento y análisis del comportamiento de los usuarios de los sitios web a los que están vinculadas. La información recogida mediante este tipo de cookies se utiliza en la medición de la actividad de los sitios web, aplicación o plataforma y para la elaboración de perfiles de navegación de los usuarios de dichos sitios, aplicaciones y plataformas, con el fin de introducir mejoras en función del análisis de los datos de uso que hacen los usuarios del servicio.

son aquellas que permiten la gestión, de la forma más eficaz posible, de los espacios publicitarios que, en su caso, el editor haya incluido en una página web, aplicación o

plataforma desde la que presta el servicio solicitado en base a criterios como el contenido editado o la frecuencia en la que se muestran los anuncios.



Las cookies de rendimiento se utilizan para comprender y analizar los índices de rendimiento clave del sitio web, lo que ayuda a proporcionar una mejor experiencia de usuario para los visitantes.

Las cookies publicitarias se utilizan para entregar a los visitantes anuncios personalizados basados en las páginas que visitaron antes y analizar la efectividad de la campaña publicitaria.

La Gala los Premios Excelencia Relación con Clientes 2026, organizada por la AEERC, Izo e iFAES, ha distinguido a 33 empresas y proyectos en una edición que reivindica el valor de las personas, la tecnología y las relaciones de confianza como motores de competitividad empresarial.

Esta Gala de los Premios Excelencia Relación con Clientes 2026 ha sido conducida por Jorge Luengo, uno de los ilusionistas más reconocidos de España, quien puso su granito de arena para que la magia y la excelencia compartieran escenario para celebrar a los grandes protagonistas del sector.

La excelencia no es cuestión de magia. Aunque, cuando se combinan talento, innovación y una auténtica orientación al cliente, los resultados pueden parecer extraordinarios.

Con esta filosofía se ha celebrado en Madrid una nueva edición de la Gala de los Premios Excelencia Relación con Clientes 2026, en el marco de Expo Relación Cliente, patrocinada por Alsa y Kia, organizados por la Asociación Española de Expertos en Relación con Clientes (e iFAES , que han vuelto a reconocer a las compañías que están marcando la diferencia en la manera de relacionarse con sus clientes.

Una cita que ha reunido a los profesionales y representantes de las principales compañías del sector para celebrar los logros de una industria que continúa evolucionando y que desempeña un papel cada vez más estratégico en el crecimiento, la diferenciación y la competitividad de las organizaciones.

Este año, la Gala ha contado con un maestro de ceremonias muy especial: Jorge Luengo, ilusionista reconocido internacionalmente, que ha aportado una mirada diferente a la celebración, combinando sorpresa, entretenimiento y emoción con el reconocimiento al trabajo de los equipos que hacen posible una relación excelente con los clientes.

Porque, aunque sobre el escenario puedan suceder cosas aparentemente imposibles, detrás de una experiencia de cliente extraordinaria no hay trucos: hay estrategia, profesionales, tecnología, decisiones y mucho trabajo.

La Excelencia que se demuestra: unos premios que van más allá del reconocimiento

La ceremonia comenzó con la intervención de José Francisco Rodríguez, presidente de la AEERC, quien dio la bienvenida a los asistentes y puso en valor el papel de los Premios como reconocimiento al compromiso de las empresas con la evolución y profesionalización del sector.

A continuación, María Luisa Merino, gerente de la AEERC, destacó el rigor y la objetividad que caracterizan a estos galardones, sustentados en una metodología de evaluación y auditoría desarrollada por Izo, consultora especializada en Experience Management (XM).



Frente a otros reconocimientos basados exclusivamente en candidaturas o valoraciones subjetivas, los Premios Excelencia Relación con Clientes cuentan con un modelo de evaluación técnica que analiza las operaciones, los resultados y las capacidades de las organizaciones, con el objetivo de identificar prácticas de excelencia contrastadas.

Un enfoque que convierte estos premios en algo más que una distinción: un ejercicio de evaluación del sector, una oportunidad para identificar referentes y un estímulo para impulsar la mejora continua.

La edición 2026 vuelve a reflejar la diversidad y la evolución de la industria, con reconocimientos que abarcan desde la calidad de la atención telefónica, digital y presencial hasta el uso de la inteligencia artificial, la automatización, la experiencia de empleado o la transformación de los modelos de relación.

Los 33 reconocimientos que dibujan el futuro de la relación con clientes

La entrega de premios se estructuró en cinco grandes bloques que ponen de manifiesto las distintas dimensiones de la excelencia: la calidad de las operaciones, la capacidad de las empresas para construir relaciones diferenciales, la innovación tecnológica, la transformación estratégica y los grandes referentes del año.

Premios a Mejor Proveedor: la excelencia en cada interacción

El primer bloque reconoció a las compañías de outsourcing que han demostrado una gestión sobresaliente de las operaciones de relación con clientes, combinando calidad, eficiencia y capacidad de respuesta.

Los galardones fueron entregados por Laurent Etcheverry, director general de iFAES, y José María Gómez, director comercial de Izo.

- Mejor Proveedor en Relación Telefónica: INTEL CIA, con su cliente REPSOL
- Mejor Proveedor en Relación Comercial Televenta: AURANTIS, con su cliente ENDESA.
- Mejor Proveedor en Relación Comercial Inbound: TRANSCOM, con su cliente ORANGE
- Mejor Proveedor en Relación Digital: KONECTA, con su cliente OPENBANK
- Mejor Proveedor en Soporte Técnico: ESPIC, con sus clientes SEROIL ENERGY, OIL PRIX, MEROIL, B OIL, PANDORA ENERGY y ESCUDEROI L.
- Mejor Proveedor en Recobro: TRANSCOM, con su cliente ORANGE.
- Mejor Proveedor en Gestión de Reclamaciones: KONECTA, con su cliente KIA

Un reconocimiento al papel fundamental de los proveedores como socios estratégicos de las marcas, capaces de convertir millones de interacciones en oportunidades para resolver, fidelizar y generar confianza.



Premios a Mejor Empresa: cuando la relación con clientes se convierte en ventaja competitiva

La segunda categoría puso el foco en las organizaciones que han conseguido desarrollar modelos de atención y relación capaces de responder a las expectativas de sus clientes y aportar valor al negocio.

María Luisa Merino, gerente de la AEERC, y Mario Moraga, director comercial de iFAES, fueron los encargados de entregar los ocho reconocimientos.

- Mejor Empresa en Relación Telefónica B2C (más de 3 millones de interacciones al año): REPSOL
- Mejor Empresa en Relación Telefónica B2C (menos de 3 millones de interacciones al año): EROSKI
- Mejor Empresa en Relación Telefónica B2B: VITALY
- Mejor Empresa en Relación Digital (más de 1 millón de interacciones): ENDESA
- Mejor Empresa en Relación Digital (menos de 1 millón de interacciones): DABA / NESPRESSO
- Mejor Empresa en Relación Presencial: HYUNDAI
- Mejor Empresa en Relación Comercial: ENDESA
- Mejor Empresa en eCommerce: DABA / NESPRESSO

Los resultados de esta edición muestran cómo compañías de sectores muy diferentes comparten un mismo desafío: construir experiencias consistentes y diferenciales, independientemente del canal, del volumen de interacciones o de la complejidad de su relación con los clientes.

Premios a Mejor Tecnología: la innovación que transforma la relación con clientes

La inteligencia artificial, la automatización y la inteligencia de datos han dejado de ser promesas de futuro para convertirse en capacidades que están redefiniendo los modelos de atención.

En este contexto, los Premios a Mejor Tecnología reconocieron aquellas soluciones que contribuyen a transformar las operaciones, mejorar la capacidad de respuesta y desarrollar nuevas formas de interacción.

Los galardonados fueron:

- Mejor Solución Tecnológica de Inteligencia Artificial: AGENTIFAI.
- Mejor Solución Tecnológica de Automatización: SERVIFORM
- Mejor Solución Tecnológica de Gestión de Datos y Business Analytics: INTEL CIA
- Mejor Solución Tecnológica de Engagement: EROSKI



Cuatro reconocimientos que reflejan la creciente importancia de una tecnología capaz de generar impacto real: no solo haciendo más eficientes los procesos, sino facilitando relaciones más inteligentes, relevantes y adaptadas a las necesidades de cada cliente.

Premios a Mejor Proyecto Estratégico: cuando la excelencia transforma organizaciones

Uno de los bloques con mayor componente transformador de la noche fue el dedicado a los proyectos estratégicos, que reconoció iniciativas capaces de llevar la excelencia más allá de las operaciones de atención para integrarla en la cultura, la gestión y las decisiones de negocio.

José Serrano, CEO de Izo España, y José Francisco Rodríguez, presidente de la AEERC, entregaron los nueve reconocimientos de esta categoría.

- Mejor Proyecto Estratégico de Innovación No Tecnológica: UNICAJA
- Mejor Proyecto Estratégico de Gestión de la Voz del Cliente: AIR EUROPA
- Mejor Proyecto Estratégico de Gestión de la Voz del Empleado: KIA
- Mejor Proyecto Estratégico de Gestión Comercial Telefónica: ENDESA
- Mejor Proyecto Estratégico de Experiencia de Cliente: LEROY MERLIN
- Mejor Proyecto Estratégico de Experiencia de Empleado: RENFE
- Mejor Proyecto Estratégico de Gestión Comercial en eCommerce: ENDESA

Esta edición ha incorporado, además, dos reconocimientos especiales que ponen el foco en una visión más amplia y transversal de la experiencia.

HYUNDAI recibió el Premio Especial Beyond Experience por su proyecto Heart Connector, una iniciativa que apuesta por hacer de la escucha del cliente una capacidad compartida por toda la organización, conectando el conocimiento de sus necesidades y expectativas con las oportunidades de mejora de la relación.

Por su parte, ILUNION fue reconocida con el Premio Especial Human Experience por su proyecto Experiencia 360, que lleva la excelencia en la relación más allá de la experiencia de cliente, integrando una visión global de la experiencia y el propósito empresarial.

Ambos proyectos representan dos formas de entender una misma evolución: la excelencia ya no depende únicamente de lo que sucede en los canales de atención, sino de la capacidad de toda una organización para escuchar, comprender, actuar y construir relaciones de valor.

Los Grandes Premios a la Excelencia: los referentes del año

El momento más esperado de la noche llegó con la entrega de los cinco Grandes Premios, que distinguen a las compañías que han alcanzado los reconocimientos más destacados del año.



En una ceremonia marcada por la expectación de los finalistas, los grandes galardonados de 2026 fueron:

- Proveedor Más Recomendado del Año: INTEL CIA
- Mejor Proveedor del Año: KONECTA
- Empresa Más Recomendada del Año (más de 3 millones de interacciones): MUTUA MADRILEÑA
- Empresa Más Recomendada del Año (menos de 3 millones de interacciones): OCTOPUS ENERGY
- Mejor Empresa del Año: DABA / NESPRESSO

Estos galardones constituyen el máximo reconocimiento de los Premios Excelencia Relación con Clientes y ponen en valor a las compañías que se han convertido en referentes por la calidad y los resultados de sus modelos de relación.

Mucho más que tecnología: el verdadero diferencial está en cómo construimos relaciones

La Gala de 2026 ha dejado una conclusión especialmente relevante para el futuro del sector: la excelencia está evolucionando desde la calidad de la atención hacia una visión más amplia de la relación con clientes, donde convergen tecnología, talento, experiencia y resultados de negocio.

La inteligencia artificial está transformando la forma de operar. La automatización permite replantear procesos. Los datos ofrecen nuevas posibilidades para conocer y anticipar necesidades. Pero el verdadero salto competitivo se produce cuando las compañías consiguen convertir todas esas capacidades en mejores decisiones y experiencias.

Y esa transformación no se limita a los departamentos de atención al cliente. Cada vez adquieren mayor relevancia la experiencia de empleado, la colaboración entre áreas, la escucha activa y la integración de la perspectiva del cliente en la estrategia empresarial.

La excelencia ya no consiste únicamente en atender mejor, sino en conseguir que toda la organización sea capaz de relacionarse mejor.

Una noche para reconocer a quienes hacen posible lo extraordinario

El cierre institucional de la Gala estuvo a cargo de José Serrano, CEO de Izo España, quien puso el broche final a una edición que ha celebrado el talento, la innovación y el compromiso de las compañías con una relación con clientes cada vez más estratégica, retando a los asistentes a contribuir con la mejora y evolución de estos Premios.

Tras la ceremonia, los asistentes continuaron la celebración en un cóctel ofrecido por Santa Teresa Catering, en el que pudieron compartir experiencias, intercambiar impresiones y celebrar los reconocimientos en un ambiente distendido. Jorge Luengo también participó en este encuentro, prolongando la magia de la noche más allá del escenario.

PUBLICACIÓN: relacioncliente.es

PAÍS: ESP

TIPO: Web

AVE: €54.00

AUDIENCIA:

AUTOR:

URL: www.relacioncliente.es



> 8 de octubre de 2026 a las 20:49

> [Versión en línea](#)

Una edición que volvió a recordar que detrás de cada reconocimiento hay decisiones valientes, equipos comprometidos, ideas que se convierten en proyectos y organizaciones que entienden que la excelencia no es un resultado aislado, sino una forma de hacer empresa.

Porque lo verdaderamente extraordinario no es conseguir sorprender a un cliente una vez. Es construir una organización capaz de ganarse su confianza cada día.

Más información, en este QR: