

Madrid se convierte durante dos días en la gran capital del Retail iberoamericano

Más de 7.000 profesionales en la mayor cita del Retail celebrada hasta la fecha en España

- *ExpoRetail Iberoamérica 2026 congrega el 17 y 18 de junio en el Pabellón 5 de IFEMA Madrid a más de 200 empresas líderes, un centenar de expositores y más de 200 ponentes internacionales, en un evento llamado a convertirse en el gran foro del Retail de habla hispana y portuguesa*
- *La combinación de empresas de referencia en el sector, asociaciones sectoriales, instituciones, universidades, expertos y proveedores tecnológicos convierte este encuentro en una plataforma inédita para la generación de conocimiento y oportunidades de negocio a escala internacional*
- *Uno de los grandes atractivos del encuentro es su programa de contenidos, concebido para analizar los desafíos que están redefiniendo el comercio mundial*

Madrid, 17 de junio de 2026. **ExpoRetail Iberoamérica 2026** supera los **7.000 profesionales inscritos**, una cifra que consolida a esta primera edición como el mayor evento especializado del Retail celebrado hasta la fecha en España y uno de los principales encuentros del año en este sector en el ámbito iberoamericano.

El 17 y 18 de junio, el **Pabellón 5 de IFEMA Madrid** reúne a representantes de más de **200 empresas líderes**, cerca de **110 expositores**, más de **200 ponentes nacionales e internacionales** y a profesionales procedentes de una treintena de países. Una dimensión que confirma el interés generado por una iniciativa que pretende convertirse en la **principal plataforma de conocimiento, innovación y networking para el comercio, la distribución y el consumo en el espacio iberoamericano**.

La extraordinaria respuesta obtenida ha llevado a los organizadores a definir esta primera edición como un auténtico **punto de inflexión para el sector**. “*Las cifras han superado nuestras previsiones más optimistas y demuestran que existía una necesidad real de contar con un gran punto de encuentro para el Retail iberoamericano*”, afirma **Laureano Turienzo**, presidente de ExpoRetail Iberoamérica, quien subraya que “*nunca antes se había celebrado en España un encuentro especializado en Retail de estas dimensiones. Durante dos días, **Madrid se convertirá en la gran capital del Retail iberoamericano***”.

El poder de Iberoamérica

Para los organizadores, el objetivo de **ExpoRetail Iberoamérica** es impulsar una comunidad permanente de conocimiento, innovación y colaboración empresarial capaz de conectar a los principales actores del comercio en ambos lados del Atlántico.

Durante décadas los profesionales iberoamericanos del sector del Retail han acudido a los grandes foros internacionales para conocer las tendencias que estaban transformando el comercio mundial, pero se demandaba **un espacio propio** desde el que compartir

conocimiento, generar negocio, anticipar tendencias y proyectar internacionalmente el enorme talento que existe en los países de iberoamericanos.

Iberoamérica constituye una de las mayores comunidades económicas y culturales del planeta, integrada por 22 países y cerca de 700 millones de consumidores. En conjunto, representa una economía superior a los 7,4 billones de dólares y alberga algunas de las empresas más innovadoras del mundo en ámbitos como la distribución alimentaria, la moda, el comercio especializado o la tecnología aplicada al Retail. Como destaca Turienzo, *“Iberoamérica comparte idioma, relaciones comerciales, talento y enormes oportunidades de crecimiento y, en partiendo de esta realidad, ExpoRetail se erige en el lugar donde todo ese potencial pueda encontrarse, dialogar y construir conjuntamente el futuro del comercio”*.

Argentina ha sido designado como país invitado en esta primera edición, reforzando el carácter internacional de una iniciativa que nace con la vocación de actuar como puente estratégico entre Europa y América Latina. Su presencia se suma a la participación de delegaciones empresariales e institucionales procedentes de una treintena de países, así como a los acuerdos de colaboración establecidos con algunas de las principales organizaciones empresariales y sectoriales del ámbito iberoamericano. Entre ellas figuran la **Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE)**, el **Círculo Iberoamericano del Retail (CIR)**, la **Asociación de Las Américas de Supermercados (ALAS)**, la **Asociación Nacional de Supermercados y Autoservicios de Venezuela (ANSA)** o la **Federación Nacional de Comerciantes Empresarios de Colombia (FENALCO)**, entre otras muchas entidades.

El lenguaje (iberoamericano) del Retail

El programa, entre otros muchos aspectos controvertidos y de actualidad, aborda el **papel que deberán desempeñar Europa e Iberoamérica en un escenario global cada vez más competitivo**. Según Laureano Turienzo, el sector se encuentra ante una oportunidad estratégica. *“Europa corre el riesgo de normalizar costes que otras regiones están transformando en eficiencia y lleva años discutiendo cómo proteger su modelo comercial; en cambio, Asia está decidiendo cómo consumirá el mundo. En este contexto, **Iberoamérica tiene una oportunidad extraordinaria**: dejar de elegir entre copiar modelos ajenos y empezar a construir una visión propia”*, como aconseja Laureano Turienzo.

Una reflexión que conecta con una de las ideas más sugerentes que se debatirán durante el encuentro. *“El siglo XX del Retail se escribió en inglés; el XXI todavía no sabemos en qué idioma se va a escribir, pero **es importante situar a Iberoamérica en una posición de vanguardia**”*, indica este experto.

Esto es más que una necesidad, sobre todo advirtiéndolo el retraso que está acumulando Occidente en este ámbito; en opinión del presidente de ExpoRetail, *“Occidente sigue pensando en categorías, mientras que Asia ya compite en ecosistemas. **El comercio occidental sigue estudiando al consumidor, pero Asia ya está rediseñándolo**”*. En cualquier caso, la clave para liderar el futuro del sector pasa *“por ser capaces de **combinar tecnología, productividad, talento y una comprensión profunda** de las nuevas necesidades del consumidor”*, añade Ángel Jareño, miembro del comité organizador y CEO de Uvesco.

Una representación sin precedentes

En este encuentro se dan cita **algunas de las compañías más influyentes del comercio mundial**, configurando un ecosistema único donde convivirán fabricantes, distribuidores, retailers, empresas tecnológicas, consultoras, startups, universidades, asociaciones empresariales e instituciones. A juicio de Jareño, la relevancia adquirida por el encuentro trasciende la propia celebración de una feria profesional: ***“es un evento que aspira a construir una comunidad permanente de conocimiento y colaboración”***.

Entre las empresas representadas en esta feria (que combina presentaciones, debates, networking, exposición comercial y hasta actuaciones musicales) figuran nombres de referencia internacional como **Walmart, IKEA, Primark, Mango, MediaMarkt, Leroy Merlin, Carrefour, Lidl, Grupo Dia, Eroski, Uvesco, Chedraui, Ametller Origen, Primor, Sports Emotion, Veritas, Casa del Libro, Meta, Alibaba, Repsol, PepsiCo, Google, Amazon Web Services, Adobe, SAP o Fujitsu**, entre muchas otras.

Asimismo, el programa incluye la participación de **algunos de los directivos más influyentes del sector**, que compartirán experiencias reales de transformación empresarial, innovación tecnológica, expansión internacional y adaptación a los nuevos hábitos de consumo. Entre los ponentes destacan figuras como **Guilherme Loureiro**, CEO de Walmart México y Centroamérica; **Horacio Barbeito**, presidente y CEO de Old Navy; **Belén Frau**, Global Communication Manager de IKEA; **Carlos Inácio**, director general de Primark Iberia; **Martín Tolcachir**, CEO de Grupo Dia; o **Gonzalo Gebara**, ex CEO de Walmart Canadá, entre otros muchos referentes empresariales.

Mucho más que una feria profesional

Bajo el lema **‘Al ritmo del Retail’**, ExpoRetail Iberoamérica ha sido concebida como **una experiencia integral** que va mucho más allá del formato tradicional de feria o congreso. Además de la exposición comercial y las sesiones de contenido, los asistentes dispondrán de espacios específicos para networking, reuniones empresariales, generación de oportunidades de negocio y actividades experienciales.

La dimensión experiencial del evento se completa con diversas actuaciones musicales, reforzando el concepto creativo de esta edición. Entre los artistas confirmados figuran **Marilia**, integrante del mítico dúo Ella Baila Sola; **Guaraná**; **Manu Tenorio**; y la **Orquesta Sinfónica Contemporánea de España**, que aportarán una dimensión cultural singular a la programación.

Y en el marco de este encuentro también se ha celebrado la primera edición de los **Premios Iberoamericanos del Retail**, una ceremonia que ha tenido lugar en el **Estadio Santiago Bernabéu** y que ha servido para reconocer la excelencia, la innovación y el liderazgo de empresas y profesionales del sector en ocho grandes categorías.

Más información: <https://exporetail.net>

Prensa: Paco Romero. comunicacion@exporetail.net. Tel. 639 64 55 70