

## La gran distribución alimentaria se cita en Auténtica 2025 para convertir la incertidumbre en una ventaja competitiva

Expertos de compañías como Mercadona, Covirán, Uvesco, Grupo MAS y Alcampo desvelarán las claves del futuro de la gran distribución y el retail alimentario, desde la fidelización del cliente hasta la sostenibilidad y la transformación tecnológica

La tercera edición de Auténtica Premium Food, que tendrá lugar los días 15 y 16 de septiembre en FIBES, convertirá Sevilla en la gran capital del producto *gourmet* con esencia mediterránea, poniendo el foco en el origen, valores y sostenibilidad

**Madrid, 14 de julio de 2025** – En plena sacudida geopolítica y con la inteligencia artificial revolucionando cada eslabón de la cadena de valor en la economía mundial, la gran distribución y el retail alimentario se reinventan al ritmo de un consumidor cada vez más digital, exigente y consciente. Con el propósito de transformar estos desafíos en oportunidades, [Auténtica Premium Food](#), la feria líder en alimentación sostenible que celebrará su próxima edición el 15 y 16 de septiembre en FIBES Sevilla, reunirá en el [Auténtica Congress](#) a más de 300 líderes del sector para analizar el presente y construir de la mano el futuro de la industria.

En el marco del congreso, se desarrollará el [Foro de la Gran Distribución y Retail](#), que será el punto de encuentro de altos directivos de supermercados, centrales de compra, operadores logísticos, fabricantes, comercios minoristas, plataformas digitales y asociaciones, entre otros actores clave del ecosistema. En este escenario, compartirán estrategias, aprendizajes y casos de éxito en un espacio de diálogo centrado en los grandes temas que marcarán el rumbo del sector: desde la sostenibilidad y la omnicanalidad, hasta la digitalización, la eficiencia logística y los nuevos hábitos de consumo.

### Soluciones para dar respuesta a un consumidor en constante cambio

Los tiempos cambian y los consumidores también. Los hábitos de consumo han evolucionado de forma notable en los últimos años: el consumidor actual busca productos más saludables, funcionales, vegetales, ecológicos y de proximidad. Pero también exige más comodidad: alimentos limpios, listos para cocinar y con formatos prácticos que se adapten a su ritmo de vida. Esta transformación del perfil de compra está redefiniendo el lineal de los supermercados y los espacios de venta.

En este contexto, Esteban Gutiérrez, Director General de **Coviran**; Rafael Piñero, Director de Relaciones Externas del Sector Pesquero de **Mercadona**; y Delia Pascual, Directora de Marketing y Sostenibilidad de **Grupo MAS**, compartirán cómo están respondiendo a estas nuevas demandas, incorporando soluciones innovadoras que van desde los envases prácticos hasta las secciones de productos listos para consumir.

Pero no basta con adaptarse a los nuevos hábitos de compra; en un entorno cada vez más competitivo y exigente, fidelizar al cliente se ha convertido en una prioridad estratégica. Encontrar las herramientas más eficaces para construir relaciones duraderas con el consumidor —desde la personalización de la experiencia de compra hasta el uso

Auténtica es un evento de:  
con:

en colaboración

inteligente de los datos— es clave para diferenciarse. Ion Uranga, Responsable de Proyectos Estratégicos en **Uvesco**, y Natalia Morales, Socia Fundadora de las Heladerías **Myka**, analizarán casos de éxito en el sector de la gran distribución alimentaria y debatirán cómo transformar clientes ocasionales en embajadores de marca.

### **Sostenibilidad y desperdicio cero como eje vertebrador de la industria alimentaria**

La innovación tecnológica, el compromiso social y los modelos de negocio sostenibles están transformando la lucha contra el desperdicio alimentario. Desde *apps* y plataformas inteligentes que conectan excedentes con consumidores y entidades sociales, hasta proyectos que combinan producción ecológica, inclusión laboral y regeneración territorial, serán los casos de éxito que compartirán Marie Lindström, Directora General de **Too Good To Go**; Fernando Rodríguez, Director de **Bioalverde**; y Juan Peñas, Director de Desarrollo de Negocio de **Fazla**.

Asimismo, impulsar el modelo de “Desperdicio Cero” en la gran distribución y el retail es imprescindible para alcanzar un sector sostenible, para ello, transformar los excedentes alimentarios en valor económico, social y ambiental mediante tecnología, asesoría estratégica y alianzas sectoriales, se convierte en la solución óptima en la actualidad. De la mano de Yolanda Fernández, Directora de RSC, Comunicación y Relaciones Externas de **Alcampo**, y Antonio Díaz, Responsable de Grandes Cuentas en **Phenix**; los profesionales asistentes descubrirán cuáles son las claves para integrar la prevención, valorización e impacto medible en la operatividad, alineando sostenibilidad con rentabilidad en el nuevo marco normativo.

### **Políticas resilientes y retos logísticos en un entorno cambiante**

Ante los actuales focos de tensión y los cambios arancelarios, la gran distribución y el retail alimentario deben diversificar mercados, rediseñar cadenas de suministro y blindar márgenes para garantizar su competitividad. En este sentido, expertos como María Sánchez, Directora de Alimentación en la **Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED)**, e Ignacio García, Director General de la **Asociación de Empresas de Supermercados (ASEDAS)**, profundizarán en las políticas resilientes que convierten la volatilidad en palanca de crecimiento y las estrategias para adaptarse a un entorno cada vez más complejo.

Además, los centros comerciales y las grandes superficies afrontan un gran reto en la logística y distribución de sus áreas de alimentación, restauración y servicios de comida. José Miranda, Presidente de la **Cámara Latinoamericana de la Industria de Centros Comerciales**, explicará el panorama actual, los diferentes formatos, las necesidades prioritarias y las soluciones aplicadas para garantizar la calidad, la manipulación segura de alimentos y el cumplimiento sanitario en un sector donde estas cuestiones son esenciales.

*Auténtica Premium Food es un evento de NEBEXT - Next Business Exhibitions en colaboración con la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, a través de la cofinanciación con Fondos Europeos FEDER, y cuenta con el apoyo del Ayuntamiento de Sevilla, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación,*

Auténtica es un evento de:  
con:

en colaboración



*Landaluz, Cooperativas Agroalimentarias de Andalucía, así como de las principales patronales del sector.*

---

**Sobre Auténtica (15-16 de septiembre 2025):** Auténtica Premium Food es un evento organizado por [NEBEXT](#), empresa especializada en eventos profesionales centrados en la innovación y en la transferencia tecnológica como [HIP – Horeca Profesional Expo](#) y [Food 4 Future – Expo Foodtech](#), en colaboración con la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía y de Fondos Europeos. Auténtica es una Expo y un Congreso anual para los principales actores de la cadena de valor de la industria de la alimentación y la gastronomía que buscan productos premium que mantengan un diálogo y consciencia social.

Auténtica es un evento de:  
con:

en colaboración

