



Premios DEC 2025: un viaje de emociones, innovación y humanidad

Redacción

Como una montaña rusa que despierta emociones y deja huella, así transcurrió la gala de los XII Premios DEC, celebrada el pasado junio, donde la Asociación DEC reconoció las mejores prácticas en Experiencia de Cliente y Empleado en España. Una edición convertida en homenaje a los parques de atracciones, -símbolo de emociones, diseño y creatividad-, donde las experiencias más memorables fueron premiadas por su capacidad de transformar organizaciones desde las personas. La ceremonia, inaugurada por Miriam González Durántez, presidenta y fundadora de España Mejor, quien también presidió el jurado, comentó que “tanto premiados, como las empresas socias de DEC, son un ejemplo para toda la sociedad y, en especial, para la clase política de nuestro país”. Mario Taguas, presidente de DEC, subrayó el creciente compromiso de las empresas por hacer de la experiencia un eje estratégico, y destacó una idea compartida, y es que “poner a las personas en el centro no es sólo una tendencia, sino una transformación imparable”. Uno de los momentos más emotivos de la noche fue la entrega del premio al Mejor Directivo del Año a José Armando Tellado, director general de Central Lechera Asturiana, por su liderazgo transformador e implicado, que integra la Experiencia de Cliente y Empleado como pilares estratégicos, y con un estilo que combina visión de negocio, sensibilidad social y compromiso con las personas, logrando que la experiencia sea un valor transversal y compartido.

En la categoría a Mejor Marca en CX, Canal de Isabel II fue reconocida por su coherencia y consistencia en un entorno especialmente complejo, así como por su capacidad para combinar innovación, sostenibilidad y accesibilidad en una experiencia cercana y proactiva con sus clientes. Una marca que ha hecho de la experiencia una presencia constante en la vida de las personas, más allá de ser una campaña puntual.

Moeve se alzó con el galardón a la Mejor Estrategia en Experiencia de Cliente. La energética ha protagonizado una ambi-

ciosa transformación de marca y cultura organizacional. Destaca la solidez del enfoque, promoviendo un profundo cambio interno; reestructurando procesos desde una perspectiva transversal centrada en el *journey*; e incorporando la sostenibilidad como parte esencial de la experiencia.

En Experiencia de Empleado, la distinción fue para Cárnica Cinco Villas junto con Thinkers Co, por llevar a cabo una transformación medible y significativa, a través de la conexión entre el propósito individual del empleado y los valores de la organización. En un entorno industrial especialmente exigente, la compañía ha logrado conseguir un compromiso, rendimiento y orgullo de pertenencia entre sus empleados y ha demostrado que cuidar a las personas no sólo es una filosofía, sino una decisión rentable y diferencial.

El premio al Mejor Customer Journey fue para QuirónSalud por su “Manual de trato en urgencias”, un modelo estructurado que humaniza la atención médica más allá de lo clínico, donde cada interacción ha sido pensada desde la empatía, el rigor y la escucha activa, a partir de *insights* reales.

El Teatro Real junto con NTT Data se llevaron el reconocimiento al Mejor Proyecto de Innovación IA por “DIVA”, una apuesta por abrirse a nuevas audiencias, la generación Z, con una visión inclusiva, participativa y emocional, apoyada en tecnología e inteligencia artificial, mediante la metahumano, Francesca Caccini, primera mujer en componer una ópera.

Finalmente, el premio a la Mejor Labor Periodística en CX recayó en Carleth Morales, redactora responsable de la Sección de Marketing de PRNoticias, por su dedicación al divulgar la evolución de la disciplina a través de entrevistas y reportajes con expertos del sector.

Los Premios DEC evidenciaron, una vez más, que la experiencia es un motor de transformación organizativa, un factor competitivo y, sobre todo, una herramienta para conectar con lo más humano ■