

● #LIVE #VIRTUALEVENT

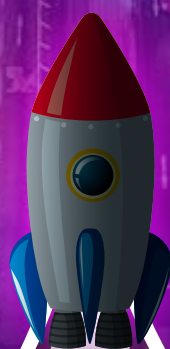
23 24 25 26 NOV

CAMP 2021

20° CONGRESO ANUAL DE MARKETING • PERÚ

+
ned **21**

10° Congreso de Negocios
en la Era Digital



NUNCA FUE TAN RÁPIDO Y NO SERÁ COMO ANTES

ACELERACIÓN DEL CAMBIO


SEMINARIUM®

andA

iab.peru

NUNCA FUE TAN RÁPIDO Y NO SERÁ COMO ANTES

ACELERACIÓN DEL CAMBIO



El 2021 se presenta optimista, con las empresas adaptándose a la aceleración de un cambio que llegó no solo para quedarse sino que nunca fue tan rápido y no será como antes. La pandemia aceleró la adopción de lo digital en el día a día; las marcas, negocios y consumidores continúan evolucionando constantemente.

El año que pasó tuvimos niveles de innovación, dinamismo y rapidez en diversas áreas. Los especialistas en *marketing* no fueron la excepción, y los negocios debieron aprender a enfrentar la incertidumbre e identificar las prioridades en un mercado en cambio constante, adoptando y adaptándose al entorno digital.

Si bien muchas de las tendencias del 2020 parecen ser cambios permanentes, en el 2021 distinguimos un gran aumento de las compras *online* —50% más con relación al mismo periodo prepandemia según IPE—. Esta cifra no solo aumentará, sino que los negocios y las marcas deberán estar listas para aprovechar el cambio hacia un ecosistema más digital; esta constante se mantendrá relevante en el futuro próximo.

Este año nuevamente se juntan dos grandes marcas **CAMP + NED**, en un solo evento de cuatro jornadas 100% *online*, donde encontrarás contenido práctico, información de actual mercado, casos y experiencias locales e internacionales que te permitirán reflexionar, innovar, crear y repensar tus estrategias comerciales para mejorar y acelerar los resultados de tu negocio.

//// A QUIÉN VA DIRIGIDO \\\

CAMP + NED 2021 busca ser un espacio de difusión de experiencias locales e internacionales, que sirva de referente para las marcas y negocios. Está dirigido a empresarios, directivos, gerentes generales, gerentes de *marketing*, gerentes comerciales, gerentes de marca, proveedores y consultores de las diversas áreas vinculadas al *marketing*, la publicidad y los negocios digitales.

//// COMITÉ CONSULTIVO \\\



JOSÉ HERNÁNDEZ

Gerente, América Digital /
Presidente, IAB Perú



GONZALO BEGAZO

Co-Founder & CEO,
Chazki



MARÍA JOSÉ BRAVO

Head of Marketing Communications,
Services & Wellness,
Nestlé Perú y Bolivia



VALERIE DEXTRE

Media, Communications
& E-commerce Director, P&G



BENJAMIN EDWARDS

Director, Sociedad Peruana
de Marketing / Socio de 121 LATAM



EDGARDO FRÍAS

Country Director
Chile & Perú, Google



LUIS EDUARDO GARVAN

Gerente de Comunicaciones
de Marketing y Contenidos, Telefónica



BEATRIZ HERNÁNDEZ

Directora Ejecutiva,
IAB Perú



RODOLFO LEÓN

Director Ejecutivo,
ANDA



CARLOS DE LA RICA

Gerente General,
Semana Económica



KATIA RACHITOFF

Seminarium Perú



Día 1
MARTES
23 NOV

- 08:00 **Apertura**
- 08:00 - 08:05 Apertura del evento
Katia Rachitoff · Seminarium Perú
- 08:05 - 08:10 Palabras de bienvenida
José Hernández · América Digital. IAB Perú

BLOQUE 1



LOS FUNDAMENTOS DEL CAMBIO: LA NUEVA NORMALIDAD

- 08:10 - 08:30 Estudio
Economía peruana: entre el despegue y la duda
Diego Macera · Instituto Peruano de Economía
- 08:30 - 09:00 Estudio
El i-Consumidor
Javier Álvarez · IPSOS
- 09:00 - 09:45 ***The future of marketing: Key trends for success***
Jonah Berger
Keynote speaker. Wharton School - U. de Pensilvania
- 09:45 - 10:00 Q&A
- 10:00 - 10:10 **Break**
- 10:10 - 10:50 Panel de discusión
Adaptándonos al futuro, tendencias clave para el mercado local

Álvaro de Luna · Backus Perú
Fátima Román · Niubiz
Álvaro Santa María · IBM

Moderador Valerie Dextre · P&G
- 10:50 - 11:10 Caso de éxito
Qroma: el reto del Propósito frente a la crisis del Covid
Rodrigo Mejía · Qroma
- 11:10 - 11:15 **Conclusiones día 1**
Valerie Dextre · P&G

- 12:00 - 12:45
 **Microsoft**

¿Qué aprendimos de la pandemia?
Insights, digitalización y la importancia de una marca con propósito
Mauricio Ferreira · Microsoft Latinoamérica y el Caribe

Día 2
MIÉRCOLES
24 NOV

08:00

Apertura

BLOQUE 2



LA NUEVA FORMA DE HACER NEGOCIOS: OMNISCANALIDAD Y VENTAS

08:00 - 08:20

Transformación del e-commerce: el caso de Chile
George Lever · Santiago Chamber of Commerce

08:20 - 08:40

Caso Experiencia Omnicanal:
oportunidad para un salto en las ventas y el servicio
Bernardo Bazúa · Coppel

Panel de discusión

E-commerce en el Perú: un canal en expansión

08:40 - 08:50

Introducción Mirella Miranda · Google

08:50 - 09:30

Vanessa Chávez · Fazil
Jaime Chiarella · Riqra
Fernando D'Alessio · Juntoz.com
Patricio Jaramillo · Alicorp

Moderadora Mirella Miranda · Google

09:30 - 09:50

Caso Buscalibre: El sueño universitario que está cambiando
la forma de adquirir libros
Luis Felipe Casas · Buscalibre Libros

09:50 - 10:10

**Caso Reconfigurando servicios financieros
para las nuevas exigencias de un cliente digital**
Claudia Quintanilla · Rextie

10:10 - 10:20

Break

10:20 - 11:00

Panel de discusión
Logística basada en tecnología:
pieza fundamental para la experiencia del cliente

Camilo Arango · Logysto
Sebastian Javier Gonzalez · Dinet
Juliana Sarmiento · Envíoclick

Moderador Gonzalo Begazo · Chazki

11:00 - 11:15

El cliente debería ser nuestro centro: ¿podemos lograrlo?
Pedro José de Zavala · Ejecutivo, Consultor y Catedrático

11:15 - 11:55

Panel de discusión
Customer Centricity: más allá del cliente

Pablo Correa · BCP
Juan Pablo Klingenberg · Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas
Willard Manrique · Grupo Crosland
Francois Marchand · D'Onofrio
Pablo Sánchez · L'Oréal México

Moderador Pedro José de Zavala · Ejecutivo, Consultor y Catedrático

11:55 - 12:00

Conclusiones día 2

Edgardo Frías · Google

Día 3
JUEVES
25 NOV

08:00

Apertura

BLOQUE 3



LA DATA Y LAS NUEVAS REGLAS

08:00 - 08:45

The new marketing is digital

Jonah Berger · Keynote speaker. Wharton School - U. de Pensilvania

08:45 - 09:05

A Portfolio Approach to Addressability and Predictable Privacy

Alex Cone · IAB Tech Lab

Shailley Singh · IAB Tech Lab

09:05 - 09:25

**Mitos y verdades en data y analítica
para procesos de transformación digital**

Edurne Benito · Intercorp

09:25 - 10:00

Panel de discusión

¡Datos, datos, datos!: uso y límites

Michael Collemiche · Grupo Elektra

Carlos Armando de la Flor · Maria Almenara

Lucho Torres · Scotiabank Perú

Moderador José Hernández · IAB Perú

10:00 - 10:20

**Nueva visión de los datos como activos estratégicos
en las organizaciones**

Marushka Chocobar · Presidencia del Consejo de Ministros

10:20 - 10:30

Break

BLOQUE 4



LAS MARCAS Y SUS DESAFÍOS

10:30 - 10:50

El propósito como punto de partida

Lorenzo Llosa · Clínica Anglo Americana

10:50 - 11:10

Vive sin costuras, vive con propósito

Ileana Tapia · Sicurezza

BLOQUE 5



EL APRENDIZAJE Y LA GESTIÓN DEL CAMBIO: ¿REINVENCIÓN O REEMPLAZO?

11:10 - 12:00

Panel de discusión

¿Preparado para el nuevo escenario?:

entre las habilidades digitales y la experiencia

José Deustua · UTEC Ventures

Luis Eduardo Garvan · Telefónica

Marlene Negreiros · UNACEM

Carla Pennano · Universidad Pacífico

Marie Rosso · Spencer Stuart

Moderador Benjamín Edwards · 121 LATAM

12:00 - 12:05

Conclusiones día 3

Benjamín Edwards · 121 LATAM

Día 4
VIERNES
26 NOV

08:00

Apertura

BLOQUE 6



LA METAMORFOSIS DE LOS MEDIOS TRADICIONALES

08:00 - 08:20

Estudio

Contenido y contexto: el auge de los medios ideales

Andrés Simon · Kantar

08:20 - 08:45

La transformación de las audiencias y los medios

Otto Regalado · ESAN Graduate School of Business

08:45 - 09:05

Caso

LA NACION: de un diario a una compañía digital multiplataforma

Gervasio Marques Peña · LA NACION - Argentina

09:05 - 09:20

Caso

Globo: Evolución. Consumidor, cultura, contenido y datos

Pablo Ghiglione · Globo

09:20 - 09:40

Media Mix 22

Antonio Miranda · Omnicom Media Group

09:40 - 10:05

¿Por qué sí al contenido?

Juan Carlos Samper · WeAreContent

Break

10:05 - 11:05

Panel de discusión

¿Nuevos jugadores en el mix de medios?

Sebastián Jasminoy · Fluvip

Ingrid Otero · LinkedIn Marketing Solutions

Agustín Tejera · another Company

Mariana Uribe · ésika

Natalie Vertiz · Top Influencer

Moderador Beatriz Hernández · IAB Perú

11:05 - 11:30

Winners and Losers Coming Out of COVID

Jeffrey Cole · Center for the Digital Future

on The Transformation of the Media

11:30 - 11:55

Live sales la oportunidad de desarrollar ventas en línea

Bruno Cicero · Google

11:55 - 12:20

Evento digital de contenido patrocinado

 TikTok



Meet TikTok

Mirna Bulic · IMS

12:20 - 12:30

Clausura del evento

Rodolfo León · ANDA

Día 1
MARTES
23 NOV

Bloque 1

De 08:10 a 11:15 HRS / PET

LOS FUNDAMENTOS DEL CAMBIO: LA NUEVA NORMALIDAD

El 2020 fue un año de cambios acelerados y el 2021 estos cambios no han frenado, pero nos hemos acostumbrado a afrontarlos con naturalidad y continuar, somos resilientes; esto se da tanto en el ámbito sanitario, político y económico. Necesitamos conocer la coyuntura actual de nuestro país para entender qué esperar y cómo reaccionar. Esto se torna fundamental para entender cómo esto impacta a los consumidores, las marcas y las empresas.

La pandemia ha condicionado muchos temas, de manera especial al consumidor quien ya no es quien conocimos y no volverá a serlo; en un entorno restrictivo ha encontrado soluciones, tenemos un consumidor digital cada vez más acostumbrado al *e-commerce* y que pasa mucho más tiempo en los *smartphones* que le facilitan la vida. ¿Cómo ha cambiado el mundo del *marketing*, la publicidad y los negocios? El futuro del *marketing* es digital, qué duda cabe, pero cada día surgen numerosas nuevas herramientas y estrategias aún por descubrir. Expertos compartirán su visión del futuro del *marketing*, las tendencias globales que debemos tener como referencia y nos enseñarán además a los nuevos clientes, sus hábitos de consumo y comportamiento de compra.



DIEGO MACERA

Gerente General,
Instituto Peruano de Economía

Gerente General del IPE desde 2016, también vicepresidente de la Asociación Civil Transparencia y columnista del Diario El Comercio. Ha sido profesor en el departamento de economía, Universidad del Pacífico y comisionado en la Comisión para Desarrollo Minero Sostenible de la PCM. Trabajó como editor central de opinión, Diario El Comercio, en la Unidad de Inteligencia, The Economist, y en Semana Económica. Bachiller en economía, Universidad del Pacífico y máster en políticas públicas, Harris School, Universidad de Chicago.



ESTUDIO

Economía peruana: entre el despegue y la duda

08:10 - 08:30 HRS / PET

En muchos sentidos, la nueva normalidad ya está aquí. Diversos sectores económicos se han recuperado a niveles incluso mejores que los de la pre pandemia y la movilidad urbana también regresa a lo habitual. Las condiciones están dadas para la consolidación y despegue de la economía peruana. Y, sin embargo, grandes nubes en el horizonte —principalmente políticas— impiden celebrar antes de tiempo.

ESTUDIO

El i-Consumidor

08:30 - 09:00 HRS / PET

El i-Consumidor es el reflejo de la evolución de los peruanos ante un cambio global y cada vez más acelerado, aunque muchas veces imperceptible. Estos nuevos consumidores son más exigentes con lo que esperan de las empresas, marcas y productos. Con el uso del *smartphone*, se han digitalizado y empoderado, quieren las cosas más simples, pero manteniendo el control de la información, de las decisiones y de sus compras. Así mismo, son consumidores más experimentados, que saben muy bien lo que pueden demandar a las empresas para tener una mejor experiencia. La presentación del i-Consumidor busca conocer quiénes son, qué características tienen y qué valoran, a fin de que las marcas puedan tomar consciencia de las expectativas que tiene este segmento.



JAVIER ÁLVAREZ

Director de Tendencias
del Consumidor, IPSOS Perú

Con estudios en administración y *marketing*, 30 años de experiencia en investigación de mercados. Dedicado al estudio del comportamiento del consumidor peruano y a las nuevas tendencias del mercado. Expositor recurrente en congresos y ha publicado varios artículos en revistas y blogs especializados. Ha dedicado especial atención a los cambios demográficos, sociales y comportamiento de las generaciones en el Perú. Es además presidente de la Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados (APEIM).



JONAH BERGER

Keynote Speaker. Profesor de marketing,
Wharton School en la Universidad de Pensilvania.
Autor de bestsellers. Experto de renombre mundial

Profesor de marketing en Wharton School de la Universidad de Pensilvania; autor de éxitos de ventas a nivel internacional y experto de renombre mundial en gestión del cambio, influencia, boca a boca, procesamiento del lenguaje natural, comportamiento del consumidor y cómo productos, ideas, y comportamientos se ponen de moda. Ha publicado más de 50 artículos en revistas académicas de primer nivel, dicta el curso en línea más popular de Wharton y, a menudo, aparecen populares reportes de su trabajo en sitios como The New York Times, Wall Street Journal y Harvard Business Review. Más de un millón de copias de sus libros *Contagious*, *Invisible Influence* y *The Catalyst: How to Change Anyone's Mind* han sido impresos en más de 35 países de todo el mundo. A menudo ofrece conferencias en eventos importantes como SXSW y Cannes Lions, asesora a varias empresas en su etapa inicial y asesora a organizaciones como Apple, Google, Nike, Amazon, GE, 3M y The Gates Foundation.

The future of marketing: key trends for success

09:00 - 09:45 HRS / PET

¿Cuál es el próximo gran avance en marketing? ¿Cómo pueden las empresas aprovechar estos conocimientos para ayudar a que sus productos y servicios no se queden atrás? En esta charla Jonah analizará las nuevas tendencias emergentes clave y cómo, al comprenderlas y aplicarlas, las empresas y organizaciones pueden llegar a tener más éxito.

PANEL DE DISCUSIÓN

Adaptándonos al futuro,
tendencias claves para el mercado local

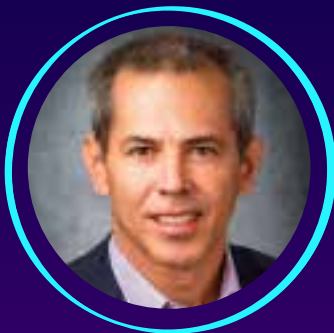
10:10 - 10:50 HRS / PET

Conversaremos sobre la manera en que las tendencias globales están influyendo en el mercado local, cuáles ya están siendo adoptadas por las diferentes organizaciones y cuáles son las ventajas de las marcas en convertirse en los primeros en adoptarlas y no simplemente seguidores.



Alvaro de Luna

Head of Marketing,
Backus Perú



Álvaro Santa María

Gerente General,
IBM Perú, Ecuador y Bolivia



Fátima Román

Gerente de Marketing,
Niubiz



MODERADORA

Valerie Dextre

Media, Communications
and E-commerce Director, P&G

RODRIGO
MEJÍA

CEO, Qroma

Cuenta con 20 años de experiencia en negocios de consumo masivo, ocho de ellos liderando organizaciones de alcance nacional e internacional. Qroma es la empresa de pinturas del Grupo Brea con presencia en el Perú, Chile y Ecuador.



CASO

Qroma:
el reto del Propósito
frente a la crisis
del Covid

10:50 - 11:10 HRS / PET

Qroma enfrentó la pandemia y sus impactos en el negocio afirmándose en su propósito y en sus pilares estratégicos. La revisión del portafolio y del modelo comercial impulsó la innovación, alcanzó a nuevos consumidores y clientes, reafirmó el compromiso por la sostenibilidad; y como consecuencia, se superó la base de negocios previa al Covid y se consolidó la preferencia por nuestras marcas.

EVENTO DIGITAL DE CONTENIDO PATROCINADO



¿Qué aprendimos de la pandemia?
Insights, digitalización y la importancia de una marca
con propósito

12:00 - 12:45 HRS / PET

Conversaremos sobre la manera en que las tendencias globales están influyendo en el mercado local, cuáles ya están siendo adoptadas por las diferentes organizaciones y cuáles son las ventajas de las marcas en convertirse en los primeros en adoptarlas y no simplemente seguidores.



Mauricio Ferreira

CMO, Microsoft Latinoamérica
y el Caribe

Más de 23 años de experiencia en el mercado, 15 años en Microsoft liderando el reposicionamiento de la marca en línea con la Estrategia de Nube e Inteligencia Artificial de la Compañía para el B2B, y gestionando lanzamientos y campañas importantes del B2C de productos como XBOX, Windows y Office 365. Anteriormente, trabajó en agencias de marketing internacionales como Momentum (Interpublic WW Group), así como también en la agencia argentina de consultoría de Marketing, Marco Marketing Consultants. Durante este tiempo, lideró diferentes campañas y proyectos para compañías globales como Coca Cola, Nestlé, Colgate, Ford, Samsung, HP, IM, entre otras.

Graduado de Marketing y Comunicaciones por la UAM/Laurete Universities, MBA en Business Management por FGV, especialización en Comportamiento del consumidor por Ryerson University – Canadá. Además, tiene en su haber diferentes cursos como modern storytelling, customer insights y capital social por Kellogg University.

Bloque 2

De 08:00 a 12:00 HRS / PET

LA NUEVA FORMA DE HACER NEGOCIOS: OMNICALIDAD Y VENTAS

Día 2
MIÉRCOLES
24 NOV

La nueva forma de hacer negocios es a través del *e-commerce* y tienen a la transformación digital como eje de todos los cambios acelerados y trascendentales que hemos experimentado en los últimos dos años. Las ventas *online*, a través de apps o hasta en redes sociales han demandado a las empresas mayor creatividad y búsqueda de innovación en el manejo de la cadena de suministros, los canales de distribución, manejo de información e inventarios y los momentos claves de contacto con el cliente.

Como parte de estas innovaciones, la omnicanalidad cobra ahora un sentido estratégico. El consumidor utilizará el canal que esté disponible y sea más conveniente en el momento de realizar su búsqueda o compra, impulsándonos a mantenernos centrados en el cliente y sus necesidades durante todo el proceso de la compra que debe ser ágil, efectiva e integrando las tecnologías tanto online como en tiendas físicas lo que se traducirá en clientes leales e incrementará el valor de vida de la marca, de sus productos tradicionales y de los nuevos “*escenciales*”.



GEORGE LEVER

Chief Economist,
Santiago Chamber of Commerce

Economista de la U. de Chile. Gerente de Estudios de la Cámara de Comercio de Santiago A.G y Director del Centro de Estudios de la Economía Digital. Ha sido profesor de diversas universidades (Pontificia Universidad Católica y la U. de Chile), en macro y microeconomía, análisis de riesgo país, organización de mercados, teoría de precios y economía digital. Fue Analista Financiero del Banco de Chile y del Banco Santander. Ha sido consultor de organismos internacionales y locales (Banco Interamericano de Desarrollo - BID, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD y agencias gubernamentales en Argentina, Brasil, Chile y Paraguay, entre otros). Desde 1998 presenta anualmente en Chile el World Investment Report (WIR) de la UNCTAD.



Transformación del e-commerce: el caso de Chile

08:00 - 08:20 HRS / PET

El e-commerce se elevó a su máxima expresión durante el encierro sanitario. Muchos consumidores y empresas no tuvieron otra alternativa que la transformación digital. ¿Cómo será el escenario post-pandemia?

CASO

Experiencia Omnicanal: oportunidad para un salto en las ventas y el servicio

08:20 - 08:40 HRS / PET

Hablaremos sobre el desarrollo de una experiencia omnicanal como impulsor de la fidelidad de marcas en las empresas de retail, a través del camino recorrido de Coppel. Analizaremos la evolución del e-commerce en el mercado de Latinoamérica y presentaremos los aprendizajes de Coppel en este ambiente desde su estrategia omnicanal.



BERNARDO BAZÚA

Director, División Omnicanal,
Coppel

Cuenta con más de 20 años de experiencia en ventas y marketing digital, en empresas a nivel nacional e internacional. Orientado a resultados siempre con un enfoque estratégico. Es responsable de la estrategia y ejecución de eCommerce para Tiendas Coppel, Coppel Argentina, Lojas Coppel Brasil, BanCoppel y Afore Coppel. También responsable de identificar inversiones y nuevas oportunidades de negocio.

PANEL DE DISCUSIÓN

E-commerce en el Perú: un canal en expansión

08:40 - 09:30 HRS / PET

En este panel conversaremos sobre el *e-commerce* en el Perú y su evolución; compartiremos experiencias de la operación en el día a día y los retos y oportunidades que se presentan en un escenario de aceleración constante.



Vanessa Chávez
Country Head, Fazil



Jaime Chiarella
Fundador y CEO, Riqra



Fernando D'Alessio
CEO & Cofundador,
Juntoz.com



Patricio Jaramillo
Vicepresidente de
Consumo Masivo, Alicorp



MODERADORA

Mirella Miranda

Head of Consumer & Market
Insights - SpLatam, Google

LUIS FELIPE CASAS

Country Manager,
Buscalibre Libros

Gerente general, fundador y desarrollador de negocios. Estudiante de MBA e Ingeniero Industrial con experiencia en áreas comerciales y financieras de los rubros de consumo masivo, industria pesada y banca. Amante de la lectura y la bicicleta de montaña.



CASO

Buscalibre: el sueño universitario que está cambiando la forma de adquirir libros

09:30 - 09:50 HRS / PET

Historia de Buscalibre desde sus inicios de la mano de sus dos fundadores Chilenos. Modelo de negocio, propuesta de valor, estrategias de crecimiento y posicionamiento de mercado así como planes a futuro y lecciones aprendidas para otros emprendedores y empresarios.

CASO

Reconfigurando servicios financieros para las nuevas exigencias de un cliente digital

09:50 - 10:10 HRS / PET

En los dos últimos años, como resultado de la crisis mundial que nos tocó vivir, las personas y empresas han acelerado el uso de la tecnología para acceder también a servicios financieros como es el cambio de dólares. Esta modificación en la conducta de un consumidor, de forma voluntaria, ha incrementado la confianza en este tipo de servicios como la mejor alternativa, que brinda transparencia de la información en el tipo de cambio, rapidez en la operación de cambio y acompañamiento durante todo el proceso; nos encontramos frente a clientes desde 18 hasta más de 60 años.



CLAUDIA QUINTANILLA

COO & Co-Founder, Rextie

Es *Co-Founder* de Rextie, una start up en el sector fintech que brinda el servicio de cambio de divisas para las PYMES y personas, posicionada como la fintech líder en el sector con más de USD 2,200 millones operados. Claudia es ingeniera de sistemas, con especialización en Negocios Electrónicos en ESAN, Gestión de Tecnología de Información en la USMP, Innovación en Stanford University y Gestión de Proyectos, apasionada por generar el cambio y desestabilizar el statu quo. Con más de 15 años de experiencia en diversas áreas del sector financiero, ahora busca aplicar su pasión por el cambio para revolucionar el mundo financiero.

PANEL DE DISCUSIÓN

Logística basada en tecnología: pieza fundamental para la experiencia del cliente

10:20 - 11:00 HRS / PET

En este panel conversaremos sobre las diversas piezas que se entrelazan para alcanzar el cumplimiento y hasta sobrepasar las expectativas de los consumidores. El *e-commerce*, la logística y la entrega son elementos fundamentales de esta experiencia del cliente y en los últimos años la tecnología constituye una herramienta clave para lograr la eficiencia.



Camilo Arango
CEO, Logysto



Juliana Sarmiento
Chief Revenue Officer
& Co founder, EnvíoClick



Sebastian Gonzalez
Gerente ejecutivo de
eCommerce, logística liviana
y última milla, Dinet



MODERADOR
Gonzalo Begazo
Co-Founder & CEO,
Chazki

El cliente debería ser nuestro centro: ¿podemos lograrlo?

11:00 - 11:15 HRS / PET

En un mundo híper segmentado donde los clientes refinan sus preferencias todos los días y la competencia es más agresiva y global es factible adecuar nuestras ofertas de valor y organizaciones para conseguir que el cliente siempre sea nuestro foco principal y el centro de nuestras preocupaciones.



PEDRO JOSÉ DE ZAVALA

Ejecutivo, Consultor, Catedrático.
Gerente General, La Calera

Ejecutivo, consultor y catedrático con más de 20 años de experiencia. Actualmente es Director Comercial de La Calera, empresa líder en la producción y comercialización de huevos en el Perú y profesor del Programa de Alta Dirección de la Universidad de Piura. Ha sido CEO de Circus Grey, la principal agencia de publicidad del mercado y *Managing Director* de Havas Media. Trabajó durante más de 15 años como Gerente Central de Comercialización del Grupo El Comercio, donde participó en el lanzamiento de sus activos digitales como Aptitus, Neo Auto y productos como Trome y Publimetro.

PANEL DE DISCUSIÓN

Customer Centricity: más allá del cliente

11:15 - 11:55 HRS / PET

En este panel conversaremos con expertos sobre sus estrategias, y el trabajo que realizan día a día, para lograr que este nuevo cliente omnicanal se mantenga en el tiempo creando valor para ambos. Customer centricity no es solo centrarse en el cliente, es buscar que, en todas las interacciones que tenga con la organización su experiencia -a través de cualquier de sus canales- sea rápida, fácil y satisfactoria.



Pablo Correa

Gerente de Área de
Clientes Contentos,
BCP



Juan Pablo
Klingenger

Director General Admisiones,
Marketing e Imagen Institucional,
Universidad Peruana
de Ciencias Aplicadas



Willard
Manrique

CEO, Grupo Crosland



Francois
Marchand

BEO, D'Onofrio



Pablo Sánchez

Chief Digital, Marketing,
Corporate Affairs, Engagement
& Sustainability Officer,
L'Oréal México



MODERADOR

Pedro José
de Zavala

Ejecutivo, Consultor
y Catedrático.
Director Comercial,
La Calera

Día 3
JUEVES
25 NOV

Bloque 3

De 08:00 a 10:20 HRS / PET

LA DATA Y LAS NUEVAS REGLAS

La aceleración digital genera cambios significativos en la forma en que los clientes interactúan con las marcas y viceversa. La disponibilidad de datos y plataformas de gestión de datos es cada vez mayor y juegan un papel fundamental para permitir a las marcas brindar publicidad eficiente y efectiva. Su uso constituye la mejor herramienta que las empresas pueden usar en campañas y estrategias. Ahora tenemos mucha data disponible pero son de uso limitado, examinaremos la mejor forma de obtenerla, manejarla y aplicarla de manera confiable y precisa.

La privacidad de los datos hará que a las empresas cada vez les cueste más conseguir data. En un mundo digital donde las *cookies* están en proceso de ser eventualmente eliminadas será más difícil para las marcas ofrecer anuncios personalizados y gestionar sus campañas. Sin embargo, las marcas pueden beneficiarse de las asociaciones de datos con empresas como Facebook o Google, ¿están dispuestas a hacerlo?



JONAH BERGER

Keynote Speaker. Profesor de marketing, Wharton School en la Universidad de Pensilvania. Autor de bestsellers. Experto de renombre mundial

The new marketing is digital

08:00 - 08:45 HRS / PET

La inteligencia artificial y el uso de la data son actualmente una parte integral del *marketing*. Pero, ¿cómo pueden las empresas aprovechar mejor estos datos para comprender a sus clientes y consumidores ofreciendo más valor por sus productos y servicios? En esta ponencia compartiremos algunas ideas clave que impulsan el comportamiento de los clientes y cómo aprovecharlas en el mundo digital actual.



ALEX CONE

Vice President, Privacy & Data Protection, IAB Tech Lab

Lidera las iniciativas de privacidad, responsabilidad y direccionamiento. Antes de Tech Lab, fue líder de gestión de productos en Xandr, directamente responsable de sus planes de ingeniería y productos creativos y de privacidad, ejecución y comercialización. Durante sus 7 años en AppNexus (ahora Xandr), adquirió un profundo conocimiento de la industria de la tecnología publicitaria trabajando a nivel mundial en una cartera diversa que incluye un DSP de video, un servidor de anuncios de editores y una política de calidad publicitaria avanzada. Tiene una maestría en Relaciones Internacionales enfocada en Estudios de Políticas de la Unión Europea, y antes de AppNexus trabajó en roles gubernamentales y sin fines de lucro. Alex se basa en su experiencia única como líder tecnológico con habilidades en políticas internacionales para mejorar los estándares técnicos y permitir que el ecosistema de publicidad digital navegue de manera sostenible por la mayor interrupción de la privacidad y la identidad que enfrenta en la actualidad.

SHAILLEY SINGH

Senior Vice President, Product, IAB Tech Lab

Lidera la gestión de productos y la adopción de estándares de la industria, gestión de grupos de trabajo de la industria y desarrollo de productos para seguridad de marca, fraude publicitario, programática, experiencia del usuario y medición de iniciativas. Ha liderado varias iniciativas, tales como, Open Measurement SDK, New Ad Portfolio for LEAN, MRAID and Dynamic Ad Standards. Además lidera los grupos de trabajo de DLT, Cryptography and Emerging Technologies. Se ha centrado en la publicidad digital y trabajó más recientemente en Yahoo, manejando la gestión de productos publicitarios móviles. Se incorporó a Yahoo luego de Say Media, donde gestionó operaciones publicitarias y plataformas de tráfico. Tiene amplia experiencia como líder de producto, consultor y emprendedor construyendo y manteniendo equipos de alto rendimiento. Tiene un MBA y títulos de ingeniería química.



A Portfolio Approach to Addressability and Predictable Privacy

08:45 - 09:05 HRS / PET

No existe un enfoque único para la direccionabilidad en el futuro; las empresas deben comprender mejor la forma que tomará y tener planes para una variedad de escenarios. Para hacer esto un poco más fácil, IAB Tech Lab creó un marco de tres grupos para considerar las realidades de direccionabilidad hasta 2022 y más allá.

Enmarca los estándares que están desarrollando para ayudar a la industria a enfrentar los cambios y le brinda una manera de pensar en el enfoque de cambio de su propia empresa. Cada uno de los tres grupos se basa en si las audiencias de los anunciantes se pueden vincular a las audiencias de los editores y, de ser así, por quién y cuándo. Esta presentación es una breve descripción de ese marco y nuestro trabajo.

Mitos y verdades en data y analítica para procesos de transformación digital

09:05 - 09:25 HRS / PET

El enfoque *data-driven* se ha convertido en un catalizador fundamental en procesos de transformación digital. Pero convertir datos en conocimiento para la toma de decisiones presenta varios desafíos ¿qué cantidad y calidad de datos procesar? ¿cuál es la estructura organizativa adecuada? ¿qué tipo de decisiones ayudan a tomar y cuáles no? Repaso de los *building blocks* para una estrategia de Data centrada en maximizar el valor del negocio.



EDURNE BENITO

VP Marketing Digital y Fidelización, Intercorp

Vicepresidente de *Marketing* Digital y Fidelización de Intercorp Retail desde febrero del 2021. Previamente se desempeñó como Directora Corporativa de Medios Digitales de Falabella.com, liderando la operación de *marketing* digital para Chile, Colombia, Argentina y Perú. En su experiencia ha dirigido equipos multifuncionales y multiculturales en Europa y en América Latina, liderando proyectos de medios digitales para grandes retailers y empresas de medios de comunicación. Es licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid, licenciada en Investigación y Técnicas de Mercado por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid y graduada del Executive Global MBA del IESE Business School (España).

PANEL DE DISCUSIÓN

¡Datos, datos, datos!: uso y límites

09:25 - 10:00 HRS / PET

La transformación digital constituye el acelerador de la innovación que las organizaciones necesitan buscando cubrir las necesidades de los consumidores; en este panel conversaremos sobre los retos y oportunidades que se presentan en las diferentes industrias y analizaremos el impacto de esta transformación digital en los negocios.



Michael Collemiche
CDO, Grupo Elektra



Carlos Armando de la Flor
Gerente General,
María Almenara



Lucho Torres
SVP & Chief Digital Office,
Scotiabank Perú



MODERADOR

José Hernández
Gerente, América Digital.
Presidente, IAB Perú

MARUSHKA CHOCOBAR

Secretaría de Gobierno Digital,
Presidencia del Consejo de Ministros



Ingeniería Industrial de la Universidad de Piura con Maestría en Ingeniería de Sistemas y Tecnologías de la Información de la Universidad de Lima, Diplomado en Liderazgo y Dirección Estratégica de Empresas de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Certificación Internacional en Tecnología por Microsoft Corporación, Acreditación Internacional en Proyectos en el Sector Público de la Universidad del Externado de Colombia, Acreditación Internacional en el Programa de *ELearning* de APEC Corea y Certificación Internacional en Enseñanza para la Comprensión en *Wide World* de la Universidad de Harvard. Actual Secretaria de Gobierno Digital de la Presidencia del Consejo de Ministros.

Nueva visión de los datos como activos estratégicos en las organizaciones

10:00 - 10:20 HRS / PET

Los datos se han convertido en el petróleo de la era digital. Procesados y analizados de la manera adecuada pueden generar ventajas competitivas para las compañías y decisiones e intervenciones inteligentes para el Estado. El Decreto de Urgencia N° 007-2020 establece los datos como activos estratégicos de las entidades públicas y de las organizaciones privadas. Así el Perú hoy viene trabajando en una Estrategia Nacional de Gobierno de Datos y una Estrategia Nacional de Inteligencia Artificial que permitirán el impulso de las tecnologías digitales y los datos en favor de la ciudadanía.

Bloque 4

De 10:30 a 12:05 HRS / PET

LAS MARCAS Y SUS DESAFÍOS

Día 3
JUEVES
25 NOV

El mayor desafío parece ser mantener la fidelidad de los consumidores en una temporada de cambios y recesión; sin embargo con una construcción efectiva de las marcas y a través de un conocimiento profundo del cliente, brindándole la experiencia esperada, en el momento adecuado a través de su canal de preferencia podemos alcanzarla.

Dentro de esta construcción, lo que debe guiar a las marcas es el propósito, uno tangible en distintos momentos y desde distintas aristas, permitiendo conectar la estrategia de largo plazo con el corto plazo. Mientras más claro sea el propósito de la marca, más crecerá su valor en los consumidores aún en coyunturas difíciles logrando un vínculo afectivo con los clientes actuales y futuros.



LORENZO LLOSA

Director de Marketing,
Clínica Anglo Americana

Ejecutivo de alma emprendedora con 17 años de experiencia. Bachiller en Ciencias de la Comunicación en el Rochester Institute of Technology, Diplomado en Gestión Comercial y

Marketing en la Universidad del Pacífico. Amplia experiencia en el desarrollo de estrategias disruptivas e innovadoras, planeamiento estratégico, creación de marcas, desarrollo de nuevos productos, lanzamiento de productos y marketing digital.



El propósito como punto de partida

10:30 - 10:50 HRS / PET

El propósito: el 2021 marca los 100 años de nuestra historia que nace y continúa con el propósito. Los últimos dos años la pandemia nos enfrentó a grandes retos que supimos afrontar poniendo siempre al paciente y sus necesidades ante todo.

Vive sin costuras, vive con propósito

10:50 - 11:10 HRS / PET

Esta es la historia de Sicurezza: cómo nació y por qué existe hoy en día. Compartiremos los aprendizajes y lecciones de este proyecto, que empezó en Lima en el 2015 con el propósito de revolucionar y transformar la comodidad de las mujeres. La marca se viene preparando para su expansión regional y así poder seguir inspirando a otros emprendedores a que todo es posible...porque pequeños cambios pueden hacer una gran diferencia.



ILEANA TAPIA

Fundadora y CEO,
Sicurezza

Fundadora y CEO de Sicurezza, compañía que en sus primeros 6 años de presencia en el mercado obtuvo un crecimiento de más del 5000% en ventas.

Reconocida dentro de los 6 mejores emprendimientos femeninos en el mundo por Women Entrepreneur Week, y premiada por StartUp Perú, del Ministerio de Producción de Perú. Ileana es administradora de profesión de la Universidad del Pacífico, y realizó un programa de intercambio de Negocios Internacionales en la Maastricht University (Maastricht, Países Bajos). Se ha especializado en desarrollo de negocios y ha asumido roles siempre enfocados al liderazgo y a la transformación.

EL APRENDIZAJE Y LA GESTIÓN DEL CAMBIO: ¿REINVENCIÓN O REEMPLAZO?



Los líderes buscan capacitar a sus equipos para mantenerse al día con la velocidad y el ritmo de la innovación, fomentando el cierre de las brechas de competencias requeridas en este nuevo entorno, desde la parte analítica hasta cómo usar las nuevas herramientas y data a fin de que evolucione constantemente y se mantenga actualizado.

El gran reto consiste en cómo motivar, equiparar y acelerar la formación de nuestros equipos para que estén al día con los cambios y que vean estas nuevas herramientas como aliadas y el aprendizaje como una oportunidad.

PANEL DE DISCUSIÓN

¿Preparado para el nuevo escenario?: entre las habilidades digitales y la experiencia

11:10 - 12:00 HRS / PET

En este panel conversaremos sobre el perfil del nuevo profesional que buscan las empresas y las nuevas competencias o re aprendizajes que necesitan los ejecutivos tradicionales para reinventarse y adaptarse al nuevo escenario digital. ¿Existe un match entre lo que ofrece la academia y lo que necesita la industria? ¿Cómo los gestores de personas atraen y retienen el talento?



José Deustua

Director, UTEC Ventures



Luis Eduardo Garvan

Gerente de Comunicaciones
de Marketing y Contenidos,
Telefónica



Marlene Negreiros

Vicepresidente de talento
y cultura corporativa,
UNACEM



Carla Pennano

Vice Decana Facultad
de Marketing,
U. Pacífico



Marie Rosso

Partner,
Spencer Stuart



MODERADOR

Benjamín Edwards

Director Sociedad Peruana
de Marketing.
Socio de 121 LATAM

Día 4
VIERNES
26 NOV

Bloque 6

De 08:00 a 13:00 HRS / PET

LA METAMORFOSIS DE LOS MEDIOS TRADICIONALES

Nuestras audiencias han cambiado, así como sus momentos de consumo pasando más tiempo online que nunca antes, entonces ¿el avance del *marketing* digital constituye el fin de los medios tradicionales? o ¿estos se están adaptando y cumplen un rol al complementarlo? Algunos de los medios más tradicionales han aprendido a convivir con los medios digitales y han descubierto un abanico de posibilidades en la creación de contenidos y adquisición y manejo de base de datos.

En los últimos años también ha habido un boom de la aparición de plataformas de contenido, *influencers*, Instagram, TikTok, Live streaming commerce, los marketers están aprendiendo en el camino a entenderlos y crear un plan de contenidos que sea que sea más apropiado para mi marca.



ANDRÉS SIMON

Managing Director,
Kantar

Desde el 2019 ocupa el cargo de *Managing director* de Kantar División *Insights* en la región Andina. Anteriormente ocupaba el cargo de *Country Manager* de la división de consumo masivo de la compañía desde 2016. También se desempeñó en el cargo de director corporativo de conocimiento de consumidor e innovación en Alpina y previamente gerente de conocimiento de consumidor en la misma compañía. Desde 2002 a 2009 ocupó distintos cargos en TNS Research International y Millward Brown, ambas divisiones pertenecientes a Kantar.



ESTUDIO

Contenido y contexto: el auge de los medios ideales

08:00 - 08:20 HRS / PET

Los especialistas de *marketing* en Latinoamérica y el mundo, se enfrentan actualmente a 3 dilemas. Un dilema digital por maximizar la interacción del consumidor, en un mundo digital cada vez más grande; un dilema global sobre el balance de los beneficios de escala de las plataformas de medios globales, con la promesa de alcanzar una mayor relevancia de los medios locales y finalmente, el dilema del innovador para lograr entender cómo pueden las marcas de medios lograr el equilibrio correcto entre mantener la confianza mientras impulsan la innovación. Reflexionaremos sobre cada uno de ellos, desde los aprendizajes globales y latinoamericanos obtenidos de nuestro Estudio *Media Reactions* 2021.

La transformación de las audiencias y los medios

08:20 - 08:45 HRS / PET

Durante la ponencia se realizará un análisis del mercado de medios tradicionales de comunicación y de la percepción de los consumidores hacia las marcas actuales. Se presentarán los nuevos hábitos en el consumo de noticias y entretenimiento de las personas; así como, las características y preferencias de las nuevas audiencias. Finalmente, se determinarán las oportunidades y retos para las marcas y las estrategias de marketing, contestando a la pregunta: ¿cómo anunciar para lograr el éxito de las ventas y transmitir un propósito de marca?



OTTO REGALADO

Profesor Principal,
ESAN Graduate School of Business

Consultor en marketing y estrategia. Doctor en Ciencias de gestión por la Université de Nice - Sophia Antipolis (Francia), Master en Marketing por la Université Pierre Mendès France (Francia) y MBA de ESAN. Conferencista invitado a nivel global y autor de diversos artículos publicados en revistas científicas y medios de opinión.

GERVASIO MARQUES

Director Comercial, LA NACION

Mejor conocido como Bachi, lleva 25 años en LA NACION. En 1998 tuvo la oportunidad de tener una experiencia de un año en The Wall Street Journal, junto al equipo internacional de publicidad, en Nueva York. En el año 2000 impulsó la creación del IAB Argentina, organización que presidió durante los últimos dos mandatos. Actualmente es su Secretario. Obtuvo en cuatro oportunidades (2009, 2014, 2015 y 2017) el Premio Jerry Goldenberg al "Profesional Comercializador de Medios", (máximo reconocimiento de la industria publicitaria en la Argentina). Durante la última década asumió la responsabilidad de dirigir la estrategia comercial multiplataforma de LA NACION.



CASO

LA NACION: de un diario a una compañía digital multiplataforma

08:45 - 09:05 HRS / PET

LA NACION es un medio de comunicación de Argentina que cuenta con una trayectoria de más de 150 años haciendo periodismo de calidad. Desde sus comienzos, se ha caracterizado por su impronta innovadora. Entre otros hitos, fue el primer diario del país en contar con su edición online. Hoy, a más de 25 años de aquel momento, el medio que nació como un diario impreso se ha transformado en una compañía multiplataforma con foco digital y en permanente evolución.

PABLO GHIGLIONE

Sales Manager, Globo

Cuenta con más de 12 años de experiencia en la industria de Medios y Entretenimiento. Posee un conocimiento profundo del ecosistema de medios de América Latina. Tiene experiencia en distribución de contenido para diversas plataformas como TV abierta, TV de pago y OTT, incluidos SVOD y AVOD.



CASO

Globo: Evolución. Consumidor, cultura, contenido y datos

09:05 - 09:20 HRS / PET

Con un ecosistema híbrido, que incluye tv abierta, 26 canales de tv paga, portales digitales, el fantasy game Cartola y el OTT Globoplay, Globo continúa actualizando su visión de forma permanente. Aliando su poder de alcance masivo y diversificado, con el desafío constante de propiciar a sus consumidores experiencias únicas, al tiempo que entrega awareness, consideración y conversión a sus anunciantes, Globo se reinventa a cada día.

Media Mix 22

09:20 - 09:40 HRS / PET

En esta ponencia analizaremos los cambios y transformaciones que se han venido dando en los medios tradicionales tras la aparición de los diferentes medios digitales.



ANTONIO MIRANDA

CEO, Omnicom Media Group

Cuenta con más de 20 años de experiencia en la industria de medios y publicidad. Actualmente es CEO & Partner de OMG Perú y también es Presidente de la Asociación de Agencias de Medios del Perú. Ha sido CEO de Clear Channel México durante 4 años y CEO de MediaCom en Perú durante casi 7 años. Además, es fundador de "Obreros de la Publicidad", iniciativa que prepara nuevas generaciones del rubro y apoya a las empresas de medios y agencias a tener éxito en un entorno altamente competitivo.

JUAN CARLOS SAMPER

CEO, WeAreContent

Ingeniero Industrial de la Universidad de los Andes. Ha trabajado los últimos 21 años en el desarrollo del marketing digital en la región Andina, Centroamérica y el Caribe. Ha fundado 8 compañías entre las cuales se destacan: Network, Netbangers y ahora WeAreContent. Fundador del IAB - Colombia. Ha sido profesor, columnista, conferencista, miembro de juntas directivas y jurado de las principales universidades, revistas y eventos de temas digitales en la región.



¿Por qué sí al contenido?

09:40 - 10:05 HRS / PET

En esta charla podrás entender las razones por las cuales las marcas deben pensar como medios de comunicación para lograr captar audiencias y no depender 100% de los medios de comunicación actuales.

PANEL DE DISCUSIÓN

¿Nuevos jugadores en el mix de medios?

10:05 - 11:05 HRS / PET

Buscando optimizar el mix de medios, los especialistas de *marketing* se enfrentan a una variedad de redes sociales y a la posible aparición de nuevas ¿qué significan y cómo se incluyen en el plan de *marketing*?



Sebastián Jasminoy

CEO y Fundador,
Fluvip



Ingrid Otero

Sr. Partner Manager,
LinkedIn Marketing Solutions



Agustín Tejera

Global VP Digital & Creativo,
another Company



Mariana Uribe

Directora de Consumer
Engagement, ésika



Natalie Vertiz

Presentadora de Televisión,
Modelo, Top Influencer



MODERADORA

Beatriz Hernández

Directora Ejecutiva,
IAB Perú

Winners and Losers Coming Out of COVID

11:05 - 11:30 HRS / PET

La mayor parte del mundo tuvo solo unos pocos días en marzo de 2020 para mover nuestro trabajo, la forma de aprender, entretenimiento y compras en línea. Algunas industrias y empresas estaban preparadas para la interrupción de la pandemia y emergieron de la COVID más fuertes e importantes que nunca. Otros no estaban preparados y se recuperarán, si lo logran, como espacios más pequeños y menos importantes. Quiénes son los ganadores y los perdedores a medida que el mundo vuelve a algo cercano a la normalidad.



JEFFREY COLE

Ph. D. Director and CEO,
Center for the Digital Future on
The Transformation of the Media

Ha estado a la vanguardia de los problemas de tecnología de la comunicación y los medios de comunicación tanto en los Estados Unidos como a nivel internacional durante las últimas tres décadas. Experto en el campo de la tecnología y los medios emergentes, se desempeña como asesor de gobiernos y empresas líderes de todo el mundo en la elaboración de estrategias digitales. Cole fundó y dirige el World Internet Project, una mirada longitudinal a largo plazo a los efectos de la tecnología informática e Internet, que se lleva a cabo en más de 35 países. En el anuncio del proyecto en junio de 1999, el vicepresidente Al Gore elogió a Cole como un "verdadero visionario que brinda al público información sobre cómo comprender el impacto de los medios". Diecinueve años después de iniciado el proyecto, el World Internet Project, a través de sus datos únicos sobre los usuarios de Internet en todo el mundo, es el proyecto internacional líder e inigualable que examina las formas en que la tecnología cambia nuestras vidas.

BRUNO CICERO

Video Master Lead. Google

Desde hace 15 años, Bruno ha experimentado la industria de la publicidad desde la óptica de las agencias de medios, las televisoras y los grandes jugadores digitales globales. Con un amplio conocimiento del ecosistema digital y, sobre todo de las estrategias de video basadas en eficiencias, medición y datos, Bruno lidera las estrategias de Video para Google ayudando tanto a anunciantes como a agencias a sacar el mayor provecho de todo el contenido y relevancia generado a través de las plataformas de Google.



Live sales
la oportunidad de
desarrollar ventas
en línea

11:30 - 11:55 HRS / PET

El video se ha vuelto un vehículo transversal y omnipresente en todas las estrategias de hoy. ¿Cómo es que el video en vivo ahora está revolucionando la forma en que funciona el e-commerce? YouTube y el mundo entero ya están mirando hacia allá.

EVENTO DIGITAL DE CONTENIDO PATROCINADO

Meet TikTok

11:55 - 12:20 HRS / PET

En esta sesión presentaremos a TikTok, la app más descargada del mundo y líder en video mobile de corta duración, enseñaremos cómo generar conexiones significativas con esta audiencia y desarrollaremos cuáles son las diversas soluciones creativas que la plataforma ofrece para que tu marca crezca a la par del fenómeno cultural que marca tendencias.



Mirna Bulic

TikTok Regional
Partner Director, IMS

Cuenta con más de 10 años de experiencia liderando equipos de *marketing* y publicidad en empresas multinacionales de consumo masivo y telecomunicaciones y 8 años en Google impulsando el desarrollo de la industria publicitaria digital colaborando en la construcción de marcas en el ecosistema digital con impacto positivo en los negocios.

Desde Agosto de 2021, se desempeña como TikTok *Regional Partner Director* en IMS llevando adelante la operación de TikTok en Argentina, Chile, Colombia, Perú, además de operaciones panregionales. Licenciada en Administración de Empresas de la Universidad de Buenos Aires, realizó un Programa Ejecutivo de *Marketing* en el IAE y un International MBA en Esic Business & Marketing School (España).



INFORMACIÓN GENERAL

FECHA

Martes 23, Miércoles 24, Jueves 25 y Viernes 26 de noviembre, 2021

HORARIO

Día 1 Martes 23 de noviembre · 08:00 - 11:15 HRS / PET • **EDP** 12:00 - 12:45 HRS / PET

Día 2 Miércoles 24 de noviembre · 08:00- 12:00 HRS / PET

Día 3 Jueves 25 de noviembre · 08:00- 12:00 HRS / PET

Día 4 Viernes 26 de noviembre · 08:00- 12:30 HRS / PET

INCLUYE

- Acceso a la plataforma hasta 05 días después de finalizado el congreso.
- Traducción simultánea al español.
- Descarga de presentaciones autorizadas al finalizar el congreso.
- *Networking* dentro de la plataforma.

CERTIFICADO

Certificado digital de participación emitido por Seminarium Perú, ANDA e IAB.

INVERSIÓN*

	NETO	IGV	TOTAL
Precio Regular	S/ 700.00	S/ 126.00	S/ 826.00
Precio Socio ANDA e IAB Perú 20% OFF	S/ 560.00	S/ 100.80	S/ 660.80
Precio Corporativo A partir de 3 inscritos (10% OFF)	S/ 630.00	S/ 113.40	S/743.40

* Valor de inscripción por persona. Precios expresados en Soles

ANULACIONES

Solo se aceptarán anulaciones hasta siete días calendario antes del inicio del evento.
En caso contrario, la empresa o el participante deberán asumir el valor total de la inscripción.
La sustitución de una persona inscrita por otra de la misma empresa podrá efectuarse hasta tres días antes del inicio del evento.

SEMINARIUM PERÚ

informes@seminarium.pe

Informes e inscripciones: **+51 999 327 070** | **+51 987 326 502**

Av. La Mar 726, Oficina 506 - Miraflores

seminarium.pe

SPONSOR PREMIUM



SPONSORS



MEDIA PARTNER



PARTNER ESTRATÉGICO

