

28 | 29 | 30

SEPTIEMBRE

01

OCTUBRE

18º Congreso Internacional

RETAIL 2021

#LIVE #VIRTUALEVENT

GOING PHYGITAL

LO MEJOR DE AMBOS MUNDOS



Partner Estratégico:

SEMANAeconómica



SEMINARIUM®



Asociación de Centros Comerciales y de Entretenimiento del Perú

El 2020 y 2021 representan tiempos que retan nuestra normalidad, cómo funcionamos y vivimos en el mundo. El año 2020, ha sido el año de la aceleración digital, en unos pocos meses, el mundo ha adelantado años en su proceso de transformación digital como consecuencia de la Covid-19. Las organizaciones se han visto obligadas a transformarse y el sector *retail* no ha sido ajeno a esto, probando su resiliencia y capacidad adaptativa a los cambios acelerados. Estos cambios también han sido impulsados y acelerados por el comportamiento de los consumidores quienes han encontrado nuevas formas de experimentar el proceso de compra, especialmente online.

Naturalmente, estos cambios —preferencia por *e-commerce*— han afectado al *retail* físico. Muchos consumidores están migrando a comprar *online* por diferentes motivos, entre ellos, practicidad y seguridad frente a la pandemia (ahora el hogar es oficina, clase y gimnasio). Sin embargo, al ser el consumidor un ser social, el mundo del *retail* no puede separar lo digital de lo físico, no son líneas que van en paralelo, por el contrario se complementan. En muchos casos, el *e-commerce* se acelerará a medida que las organizaciones entiendan estas dos variables como complementarias para satisfacer o superar las expectativas de los clientes en términos de practicidad y experiencia del consumidor. Servicios como *click & collect* o *buy online & collect* son buenos ejemplos de *phygital retail*.

Serán **cuatro mañanas 100% online** con ponencias, estudios, debates y casos que permitirán conocer los cambios y nuevas tendencias de los consumidores, cómo desplegar una estrategia omnicanal exitosa y la complementariedad entre lo físico y virtual, la importancia de contar con un *supply chain* eficiente y adaptado al *e-commerce* con nuevas tecnologías para un entorno de negocios que se transforma. Se presentarán desafíos, casos de adaptación y resiliencia del sector y la importancia que cobran la sostenibilidad y el propósito de las marcas como elementos esenciales y diferenciadores del negocio, entre otros temas de gran relevancia para responder a los desafíos que nos presenta la coyuntura actual.



LO MEJOR DE AMBOS MUNDOS

GOING PHYGITAL

OBJETIVO

- En **Retail 2021** se buscará discutir acerca de la llegada e impacto de las nuevas tecnologías disruptivas en el mundo del *retail*, sobre la importancia de innovar y de apostar por estrategias omnicanales y centradas en la experiencia del consumidor. Se explicarán cuáles son las expectativas del consumidor del futuro latentes en el mercado y cómo adaptarse a los nuevos escenarios, mediante el descubrimiento de nuevas herramientas de gestión para enfrentar tiempos más competitivos.
- **Retail 2021** busca ser un espacio de difusión de experiencias locales e internacionales, que le puedan servir de referente para sus negocios y le permitan intercambiar ideas con otros participantes, que, como usted, también desean ampliar su red de contactos.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

El **18° Congreso Internacional de Retail** está dirigido a empresarios, directivos, gerentes generales, gerentes comerciales, gerentes de *marketing*, proveedores y consultores de las diversas áreas vinculadas al mercado minorista.

COMITÉ CONSULTIVO



MAURICIO MENDOZA

Gerente General, Mall Plaza Colombia
Presidente, Comité Consultivo 2021



RENZO BAMBAREN ROMERO

Gerente General,
Kitchen Center Perú



GONZALO BEGAZO

CEO & *Cofounder*,
Chazki



MARTIN ROMERO

Gerente General,
Mall Plaza División Perú



RUBEN SÁNCHEZ

Gerente General,
Pastelería San Antonio



**CLAUDIA TRICERRÍ
MC CUBBIN**

Directora Canales DTC
(*Direct to Consumer*)
Global Sales, Adidas Perú



FELIPE VENTURO

Gerente General,
Izipay



CARLOS DE LA RICA

Gerente General,
Semana Económica



KATIA RACHITOFF

Seminarium Perú

EL AÑO DEL CLIENTE:
¿CÓMO SE REINVENTA
EL RETAIL PARA
ADAPTARSE AL
NUEVO CONSUMIDOR?

**DESAFÍOS DEL
RETAIL EN LA REGIÓN
Y EN EL PERÚ**

El diálogo continúa en las **Tardes Digitales**, espacios de contenido patrocinado, a las que podrán acceder los participantes inscritos en el Congreso.



- 08:00 Apertura
- 08:00 - 08:05 **Apertura del evento**
Katia Rachitoff · Seminarium Perú
- 08:05 - 08:10 **Palabras de bienvenida**
Carlos Neuhaus · Asociación de Centros Comerciales del Perú - ACCEP

BLOQUE I

- 08:10 - 08:30 **Estudio**
El retail peruano: entre la pandemia y la política
Diego Macera · Instituto Peruano de Economía
- 08:30 - 08:50 **Estudio**
El consumidor del futuro inmediato
Javier Álvarez · IPSOS Perú
- 08:50 - 09:50 **El futuro del retail**
David Bell · Keynote speaker. CoFundador, Idea Farm Ventures
- 09:50 - 10:00 Break

BLOQUE II

- 10:00 - 10:15 **Adaptación a una nueva realidad**
Daniel Michaels · Colloky Perú
- 10:15 - 10:30 **Empatía y aceleración digital**
Guillermo Byrne · Adidas
Mariano León · Reebok
Álvaro Taboada · Adidas
Claudia Tricerri · Adidas Perú
- 10:30 - 10:45 **El desplazamiento omnicanal impulsado por Mallplaza durante la pandemia**
Christopher Banfield · Grupo Mallplaza
- 10:45 - 11:20 **Panel de discusión**
Desafíos del retail

Javier Díaz · iShop Perú Apple Premium Reseller
Rodrigo Isasi · Delosi
José Antonio Iturriaga Travezán · Grupo Efe

Moderadora
Leslie Passalacqua · Cámara de Comercio de Lima
- 11:20 - 11:25 **Conclusiones Día 1**
Martin Romero · Mall Plaza División Perú

TARDES DIGITALES

15:00 - 15:45 HRS / PET

kyndryl™

Cybersecurity:
Desafíos del retail en el mundo phygital
Milton Hernandez · Kyndryl
Juan Marino · Cisco Systems

16:00 - 16:45 HRS / PET

Microsoft

Connected Stores:
Las tiendas del futuro facilitarán el proceso de compra para el minorista y el comprador
Hayan J. Ortega · Microsoft Corporation

17:00 - 17:45 HRS / PET

CANNIA

Lleva tu estrategia de CX Omnicanal al siguiente nivel con CANVIA y Service Now
Rossella Arimborgo · Canvia
Charles Berninzon · Canvia
Jose Luis Mendez · Service Now



GOING PHYGITAL: EL DESAFÍO HÍBRIDO ENTRE LA EXPERIENCIA FÍSICA Y LA DIGITAL

08:00 Apertura

BLOQUE III

- 08:00 - 08:45 **The future of retail isn't what it used to be: Reimagining hybrid physical and digital (PhyDi) experiences to drive post-pandemic retail innovation**
Brian Solis · Keynote speaker. Digital Analyst, Author
- 08:45 - 09:10 Q&A
- 09:10 - 09:35 **Estrategia omnicanal de un retail especializado, en busca de la humanización del e-commerce**
Robert Schuldt Galdos · La Curacao, Tiendas Efe y Motocorp (Grupo EFE)
- 09:35 - 09:45 Break
- 09:45 - 10:35 **Panel de Discusión
Entre lo físico y lo digital: experiencias y aprendizajes**
José Ignacio Bernal · Rappi Perú
Karen Lozada Prevate · On retail Peru
Rafael Valdez Giner · Grupo Santa Elena (Avinka)
Arnold Wu · Wu Restaurantes
Moderador
Ruben Sánchez · Pastelería San Antonio
- 10:35 - 10:55 **Desafíos del customer care en tiempos de pandemia**
Normand Barahona · Webhelp Perú
- 10:55 - 11:00 **Conclusiones Día 2**
Claudia Tricerri · Adidas Perú

El diálogo continúa en las **Tardes Digitales**, espacios de contenido patrocinado, a las que podrán acceder los participantes inscritos en el Congreso.

TARDES DIGITALES

15:00 - 15:45 HRS / PET

 **STIBO SYSTEMS**
MASTER DATA MANAGEMENT

Organizaciones data-driven: ¿cómo retener al cliente del futuro? Estrategias para generar valor en toda la cadena de suministro

Aldo Bertoli · Pacasmayo
Patricia Goicochea · Grupo EFE
Diana Miranda · Stibo Systems
Mauricio Ortiz · Aje

Moderador
Alvaro Roncal · SEMANAeconómica

¿CÓMO TRANSITAR HACIA EL E-COMMERCE?



08:00

Apertura



BLOQUE IV

08:00 - 08:45

La revolución del comercio electrónico: ¡La logística!

Nabil Malouli · Keynote speaker. VP Global E-commerce, DHL

08:45 - 09:00

Q&A

09:00 - 09:15

Brindando un servicio de excelencia en un mundo digital

Jiro Hiraoka · Importaciones Hiraoka

09:15 - 09:35

The future of online groceries

Marinus van Gestel · Cornershop by Uber

09:35 - 09:50

Alternativas de uso de *social media* como palanca de crecimiento en las estrategias de *e-commerce*

John Simbaqueva Uribe · 7 Points Consulting

09:50 - 10:05

Crecer con Shopify

Antonio Martínez Bretón · Shopify

10:05 - 10:15

Break

10:15 - 10:35

Tendencias de comercio digital post pandemia y casos de éxito

Yuriko Huayana · VTEX

Panel de Discusión

Innovando los pagos digitales

10:35 - 10:40

Introducción

Gianfranco Polastri · Mastercard para Perú y Bolivia

10:40 - 11:35

Panel

Rufino Arribas · Yape

Diego Conroy · Niubiz

Gianfranco Polastri · Mastercard para Perú y Bolivia

Carlos Tori · Interbank

Felipe Venturo · Izipay

Moderadora

Bárbara Salas · SEMANAeconómica

11:35 - 11:40

Conclusiones Día 3

Felipe Venturo · Izipay



Día 4

VIERNES
01 OCT

08:00

Apertura

CONSTRUYENDO UNA CADENA DE SUMINISTRO MÁS INTELIGENTE



BLOQUE V

08:00 - 08:20

Estudio

Construyendo cadenas de suministro rápidas y furiosas para la euforia post-Covid

Carlos Capps · IBM Latin America

08:20 - 08:45

Economía colaborativa: disrupciones en la cadena de valor del *retail* y el *e-commerce* durante la pandemia

Gonzalo Begazo · Chazki

08:45 - 09:10

Data de cero a cien: diseño y ejecución de estrategias de data efectivas en el *retail*

Andrés Bucchi · Sodimac

09:10 - 09:30

Data Analytics al servicio de la transformación *phygital*

Otto Vidal Martel · Lidera Digital

09:30 - 09:50

Data driven retails - el *retail* post pandemia

Diego Vallarino · Global Top 100 Data Visionaries 2020

09:50 - 10:00

Break

10:00 - 10:45

Panel de discusión

Gestión de datos para generar valor

Patricio Mansilla · RetailCompass

Sebastián Ojeda · Beetrack.com

Miguel Paredes · Rimac Seguros

Benjamín Santa María · Reversso

Tomas Taiana · Salesforce

Moderador

Carlos Calderón · UTEC

10:45 - 11:15

Mango: Un modelo de empresa en transformación

Toni Ruiz Tubau · Mango

11:15 - 11:20

Conclusiones Día 4

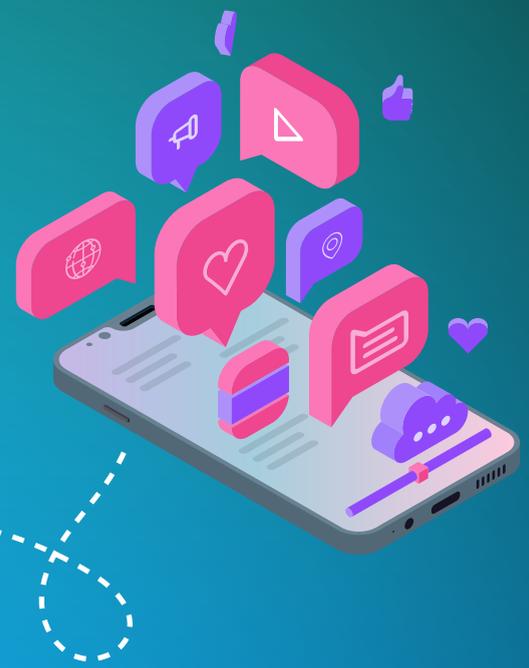
Gonzalo Begazo · Chazki

11:20 - 11:25

Clausura del evento

Mauricio Mendoza · Presidente del Comité Consultivo 2021

Día 1
MARTES
28 SEP



BLOQUE I

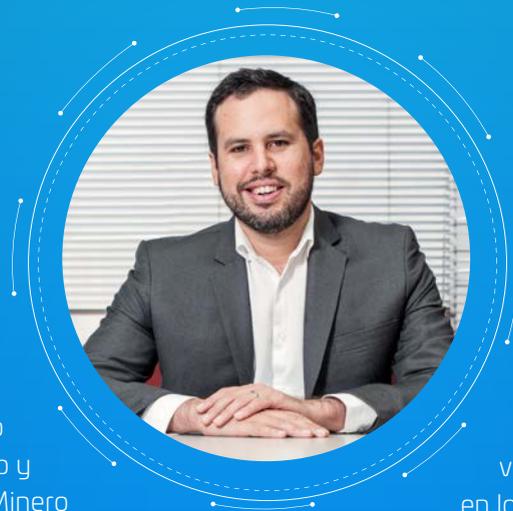
De 08:10 a 09:50 HRS / PET

El año del cliente:

¿Cómo se reinventa el *retail* para adaptarse al nuevo consumidor?

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

El *retail* peruano: entre la pandemia y la política

08:10 - 08:30 HRS / PET

Desde hace 30 años la economía peruana no experimenta choques de la magnitud que se viven hoy. La incertidumbre sobre lo que pasará en los siguientes meses hace aún más complicado el proceso de planeamiento. El *retail* no ha sido ajeno a los fuertes movimientos económicos. A mediano plazo, las expectativas del mercado, de empleo y de inversión —y sobre todo las posibilidades de innovación en *retail*— serán fundamentales para moverse en un entorno que no llega a estabilizarse.

ESTUDIO

El consumidor del futuro inmediato

08:30 - 08:50 HRS / PET

La pandemia cambió las rutinas y el comportamiento del peruano, transformó su manera de interactuar con las marcas y cambió sus hábitos de compra-consumo. Es más digital, pero valora la interacción humana.

Es cada vez más un comprador en línea y su entorno son las redes sociales. Sigue pagando en efectivo, pero su orientación al uso de medios electrónicos va en ascenso. Una mirada a este nuevo consumidor es clave. Sus planes y expectativas hacia el futuro inmediato, así como las tendencias en consumo son vitales para conocerlo mejor.



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).



DAVID BELL

KEYNOTE SPEAKER.
CO-FOUNDER, IDEA FARM VENTURES

Uno de los mayores expertos en *marketing* digital y *e-commerce* y auténtica autoridad en lo que a comportamientos sobre el consumo se refiere. Enfoca su investigación en el uso de Internet para buscar y comprar productos, un comportamiento dependiente en gran medida del lugar donde vivimos y las circunstancias del mundo físico.

Reputado experto en asuntos de propiedad intelectual relacionados con el comportamiento de los consumidores en el momento de la elección y la demanda del mercado. Ha trabajado para empresas como Sky Technologies, America Online, Intel y Apple.

Tiene un doctorado por la Escuela de Negocios de la Universidad de Stanford, un máster en Estadística y un máster honorario de la Universidad de Pennsylvania.

El futuro del *retail*

08:50 - 09:50 HRS / PET

El futuro del *retail* es la conservación, el compromiso y la evolución. Conservación, en la cuidadosa selección de productos y servicios mejores para nosotros y mejores para el planeta. Compromiso, con presencia en espacios más pequeños, impulsados por medios digitales, que brindan experiencias únicas y permiten diálogo entre el cliente y el vendedor. Evolución, en el sentido de impulsar soluciones a problemas sistémicos de degradación ambiental y bienestar personal. Trato los principios claves en un nuevo marco y los demuestro a través de varios ejemplos de mi experiencia en inversiones e investigación.



BLOQUE II

De 10:00 a 11:25 HRS / PET

Desafíos del *retail* en la región y en el Perú

DANIEL MICHAELS

Gerente General,
Colloky Perú

Administrador de empresas de la Universidad de Lima. Cuenta con más de 15 años de experiencia liderando y desarrollando equipos comerciales en empresas de retail incluyendo Maestro Home Center, Ripley y Maratón. Su enfoque de visión del negocio le permitió desarrollar el canal *online* en el 2018, fundamental para poder diversificar sus ventas y así afrontar la pandemia de manera exitosa.



Adaptación a una nueva realidad

10:00 - 10:15 HRS / PET

En esta sesión, la empresa Colloky nos mostrará cómo lograron adaptarse rápidamente a una nueva realidad, poniendo al cliente como razón principal del negocio; los cambios logísticos que tuvieron que afrontar durante la pandemia y lo que representó dentro de la administración comercial de su organización.



Empatía y aceleración digital

10:15 - 10:30 HRS / PET

En esta sesión el equipo de Adidas nos contará cómo se adaptó a la situación inesperada de la pandemia, apalancando y potenciando sus canales digitales rápidamente y mediante una vocación constante de escuchar y entender la situación de sus consumidores, comunidad, clientes y trabajadores.



Guillermo Byrne

Brand Director, Adidas

Economista y MBA orientado al crecimiento de los negocios desde la perspectiva estratégica, utilizando soluciones creativas ancladas en las necesidades de los clientes/consumidores. Líder orientado a empoderar equipos de alto rendimiento con amplia trayectoria en proyectos de consultoría y consumo masivo.



Mariano León

Sr. Manager Brand Activation,
Reebok

Administrador de empresas, U. de Piura y MBA, PAD de la U. de Piura. Más de 17 años de experiencia en empresas transnacionales (Movistar, Adidas y Reebok), 15 de ellos dedicados al mundo del *retail* deportivo, pasando para varias áreas del departamento de *marketing* como *sports marketing* (auspicios y eventos), *brand marketing* (ATL, OOH, PR & DIGITAL) y actualmente responsable del área de *marketing* de Reebok en Perú.



Álvaro Taboada

Senior Sales Director, Adidas

Bachiller en administración de empresas con especialización en *marketing* y gestión de canales en Kellogg School of Management e INCAE Business School. Amplia trayectoria en *marketing* y gestión comercial trabajando con marcas de consumo masivo y *retail* deportivo.



Claudia Tricerri

Directora Canales DTC
(Direct to Consumer),
Adidas Perú

Cuenta con un Executive MBA IE, Madrid. Especializada hace más de 15 años en el sector de *retail* en el mercado local e internacional, España y Portugal. Actualmente, directora de Adidas Perú de los canales directos al consumidor, tiendas especializadas y canales digitales. Experiencia en el *fast fashion*, también fue fundadora de Ripley Perú en el área de compras.

El desplazamiento omnicanal impulsado por Mallplaza durante la pandemia

10:30 - 10:45 HRS / PET

¿Cuáles fueron las prioridades? ¿Qué iniciativas se desarrollaron para ayudar a los *tenants* con sus necesidades omnicanales? ¿Qué resultados obtuvimos? y cuáles serán nuestros próximos pasos.



CHRISTOPHER BANFIELD

Gerente de Estrategia,
Grupo Mallplaza

Ingeniero comercial, con experiencia en asesoría en *strategy consulting* (Accenture), desarrollo de *start-ups* y fue gerente general de Beat en Chile. Hoy lidera la estrategia del Grupo Mallplaza con foco en transformacional.

Dentro de sus principales responsabilidades se encuentran: *Strategic Planning, Insights, Growth & M&A, Omnichannel Transformation* y *Business Innovation*.

PANEL DE DISCUSIÓN

Desafíos del *retail*

10:15 - 10:30 HRS / PET

En este panel conversaremos con empresas locales que lograron superar las diversas problemáticas que trajo la Covid-19 y el cambio en los patrones de los consumidores al transitar de una venta principalmente en locales a una venta *online* y el nuevo reto que enfrentan ahora que el consumidor está regresando a las tiendas físicas. Nos mostrarán por qué han tenido éxito en adaptarse a los cambios durante la pandemia y qué hicieron distinto para continuar su crecimiento.



Javier Díaz

Gerente General,
iShop Perú Apple Premium
Reseller



Rodrigo Isasi

CEO, Delosi S.A.



José Antonio Iturriaga Travezán

CEO, Grupo Efe



MODERADORA

Leslie Passalacqua

Presidenta del Gremio
de Retail, CCL

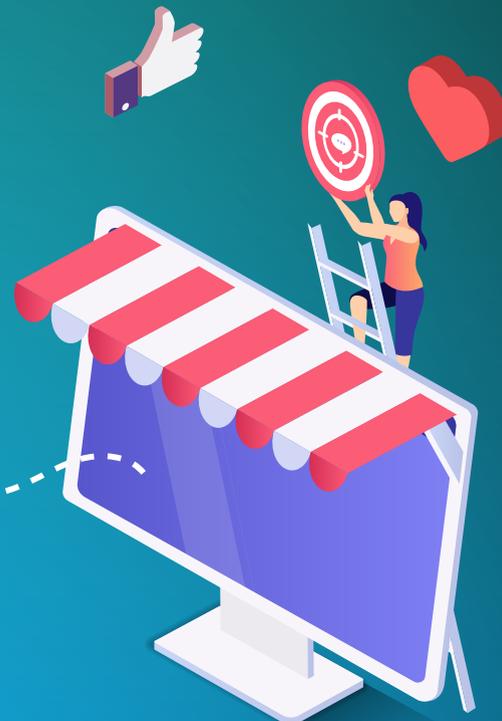
Día 2
MIÉRCOLES
29 SEP

BLOQUE III

De 08:00 a 11:00 HRS / PET

Going phygital:

el desafío híbrido entre la experiencia física y la digital



BRIAN SOLIS

ANALISTA DIGITAL, ANTROPÓLOGO, FUTURISTA,
EXPERTO Y GRAN PROMOTOR DE LA INNOVACIÓN GLOBAL, SALESFORCE

«Una de las mentes empresariales más creativas y brillantes de nuestro tiempo» según Forbes y «uno de los pensadores líderes del mundo empresarial del siglo XXI» según ZDNet. Su trabajo humaniza las tendencias emergentes y disruptivas ayudando a los líderes a ver posibilidades nuevas y significativas para la transformación e innovación digital. Explora la innovación, la transformación digital, el diseño de experiencias, CX, IA, la empresa cognitiva y el comportamiento humano. Ha publicado más de 60 artículos de investigación y también comparte activamente su trabajo en publicaciones líderes en la industria, como Forbes, ZDNet, CIO, eWeek, Fast Company, Adweek y Singularity University

*The future of retail isn't what it used to be:
Reimagining hybrid physical and digital (PhyDi) experiences
to drive post-pandemic retail innovation*

08:00 - 09:10 HRS / PET

La pandemia aceleró la adopción de lo digital, lo que cambió los comportamientos de los consumidores de forma permanente. Ahora que el mundo se está abriendo lentamente y con una creciente abundancia de soluciones para proteger a las comunidades del COVID-19; los consumidores indican tener la intención de mantener al canal digital como primera opción en el futuro previsible. Eso no significa que no volverán a comprar de manera física. Significa que necesitan 1) sentirse seguros y 2) sentirse obligados a visitar una tienda porque la experiencia es mucho más personal y convincente que lo que están experimentando en línea. Esto prepara el escenario para la innovación *PhyDi retail*. En esta sesión se compartirá una investigación pre y post pandemia para describir el emocionante potencial que hay para la innovación en *retail* y la reinención de experiencias en tiendas, en línea e híbridas.

Estrategia omnicanal de un *retail* especializado, en busca de la humanización del e-commerce

09:10 - 09:35 HRS / PET

La presentación está basada en el caso de éxito de La Curacao de cómo alinear el modelo de negocio de un *retail* especializado a una estrategia omnicanal más humana. Estrategia basada en los fundamentos clave de las áreas funcionales para construir una estrategia omnicanal sólida y a partir de esa base analizar los factores críticos de éxito del mercado y generar la mejor propuesta de valor para el cliente omnicanal.



ROBERT SCHULD

Gerente General de La Curacao, Tiendas Efe y Motocorp, empresas del Grupo EFE

Ocupa su cargo actual desde el 2019. Anteriormente fue director comercial y *marketing* en el Centro Comercial Jockey Plaza, gerente comercial non foods en Supermercados Peruanos, gerente comercial duros en Maestro Perú, gerente de compras en Ripley Perú, gerente de trade marketing HPC en Unilever Perú. Master of Business Administration (MBA), Universidad del Pacífico. Bachiller, Administración de Empresas, Universidad de Lima.



PANEL DE DISCUSIÓN

Entre lo físico y lo digital: experiencias y aprendizajes

09:45 - 10:35 HRS / PET

En este panel conversaremos con empresas locales que reaccionaron a la pandemia encontrando una oportunidad en el desafío que se les presentó, desarrollando soluciones innovadoras que les permitieron satisfacer las necesidades de sus clientes y mantenerlos.



José Ignacio Bernal

Gerente General, Rappi Perú



Karen Lozada Prevate

Fundadora & CEO On retail Peru



Rafael Valdez Giner

Gerente de Estrategia, Grupo Santa Elena (Avinka)



Arnold Wu

Director Ejecutivo, Wu Restaurantes



MODERADOR

Ruben Sánchez

Gerente General, Pastelería San Antonio

NORMAND BARAHONA

CoManaging Director, Webhelp Perú

CoManaging director en Webhelp Perú. Webhelp es líder mundial en gestión de contactos y relacionamiento de clientes. Tiene más de 20 años de experiencia en la industria de experiencia de clientes y centros de contacto donde ha ocupado cargos de alta dirección con presencia en Perú y Latinoamérica.



Desafíos del *customer care* en tiempos de pandemia

10:35 - 10:55 HRS / PET

En la ponencia se describirán los desafíos, logros, riesgos y oportunidades, así como el proceso de transformación del *customer care* y su importancia estratégica para el éxito de las compañías en los tiempos post pandemia.



34 38

+ añadir



BLOQUE IV

De 08:00 a 11:40 HRS / PET

¿Cómo transitar hacia el e-commerce?



NABIL MALOULI

VP GLOBAL E-COMMERCE, DHL.
CONSULTOR Y CONFERENCISTA INTERNACIONAL

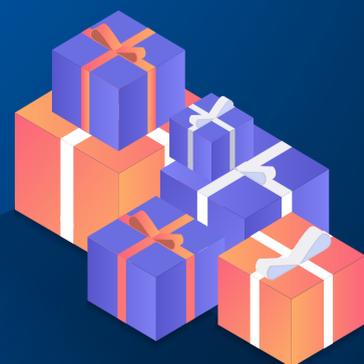
Líder global multidisciplinario en innovación, combina experiencia ejecutiva corporativa, asesor e inversor de empresas emergentes, consultor y conferencista. Amplia experiencia práctica en soluciones relacionadas con nuevas tecnologías que permiten la centralización del cliente, la digitalización, la automatización, el *big data* y la robótica. Apasionado de la innovación, el comercio electrónico, las cadenas de suministro, el enfoque en el cliente y el espíritu empresarial. Orador habitual en el circuito de conferencias. También se desempeña como asesor de empresas emergentes de alto crecimiento, aceleradoras, ONG y universidades.

La revolución del comercio electrónico: ¡La logística!

08:00 - 09:00 HRS / PET

En los próximos 10 años, veremos más cambios en el comercio de los que vimos en los últimos 100, con la explosión de los volúmenes de ventas en línea en el Perú y el mundo, las organizaciones deben reinventarse y adaptarse a la nueva normalidad del comercio.

Al centro de esta revolución del comercio, la logística se ha vuelto una verdadera ventaja competitiva para las empresas vendiendo en línea. Acompañanos en esta sesión para aprender cuáles son las tendencias de mercado claves impactando a la logística, cómo las organizaciones más exitosa operan sus modelos logísticos de *e-commerce*, y las herramientas y metodologías para poder transformar tu cadena logística hacia una cadena omnicanal efectiva.



JIRO HIRAOKA

Gerente,
Importaciones Hiraoka

Es Gerente en Importaciones Hiraoka y tiene la responsabilidad de liderar los proyectos nuevos en la empresa, con foco en las iniciativas digitales. Anteriormente, se desempeñó como Socio Junior de McKinsey & Co., especializado en grandes programas de transformación digital en la industria de servicios financieros. Tiene un MBA de Harvard Business School y es Bachiller en Administración de Empresas de la Universidad del Pacífico.



Brindando un servicio de excelencia en un mundo digital

09:00 - 09:15 HRS / PET

Importaciones Hiraoka es una empresa líder en el sector *retail* con 4 grandes tiendas en Lima. A finales del año 2019, Hiraoka lanzó su tienda de *e-commerce*, el cual ha sido el motor de crecimiento para la empresa. Hiraoka se diferencia por ofrecer un servicio personalizado y de alta calidad. El gran reto que enfrentó la empresa al lanzar el *e-commerce* fue cómo trasladar estos ejes diferenciadores que brinda en las tiendas físicas, hacia una experiencia digital en el mundo de comercio electrónico.

The future of online groceries

09:15 - 09:35 HRS / PET

Cambios de hábito, nuevas tecnologías, velocidad de entrega y otras tendencias que están formando el futuro de *online groceries*.



MARINUS VAN GESTEL

Head Latin America,
Cornershop by Uber

Actualmente es *Head of Cornershop by Uber* en América Latina, la app líder de entrega de pedidos a domicilio de supermercado y tiendas especializadas, presente en Perú, México, Chile, Brasil, Colombia, Costa Rica, Canadá y Estados Unidos. Su misión es seguir fomentando la adaptación al comercio electrónico, generando tiempo libre para sus clientes y nuevas oportunidades de crecimiento para los miles de tiendas afiliadas. Más de 10 años de experiencia en *e-commerce*, liderando posiciones regionales en Linio y Groupon y fue también consultor en McKinsey Brasil. Licenciado en International Business Economics, Maastricht University.



JOHN SIMBAQUEVA

Head & Leader,
7 Points Consulting

Durante la última década ha estado comprometido en proyectos y emprendimientos digitales en Latam orientados a performance con clientes de diversos sectores de la economía dirigiendo diferentes áreas tales como estrategia digital, *growth hacker*, medios digitales, *commerce*, *social media*, diseño centrado en el usuario, desarrollo de APP - sitios web y negocios con enfoque digital basados en el análisis de data.



Alternativas de uso de *social media* como palanca de crecimiento en las estrategias de *e-commerce*

09:35 - 09:50 HRS / PET

Hay vida más allá de Facebook e IG, conoce alternativas para adquirir y encontrar nuevas audiencias para tus negocios digitales.

Crecer con Shopify

09:50 - 10:05 HRS / PET

Cómo utilizar Shopify y todos sus recursos para tener un negocio y hacerlo crecer. Cuáles son las tendencias del mercado que nos podrían impactar como vendedores y cómo aprovecharlas.



ANTONIO MARTÍNEZ BRETÓN

Agency Partner Manager, Shopify

Antonio es actualmente el *agency partner manager* para México en Shopify. Tiene casi una década de experiencia trabajando para empresas de tecnología y *e-commerce* en Latinoamérica. Apasionado por ayudar a construir un ecosistema que mejore el comercio para todos en México y el resto de la región

YURIKO HUAYANA

Country Manager Perú, VTEX

Especialista, experta en *e-commerce* y reconocida en el ecosistema digital en Perú y Latam. Gran dominio de la implementación y mejora continua de nuevos canales digitales, liderando equipos multidisciplinarios con crecimientos exponenciales comprobados en industrias de *retail*, consumo masivo, estado y medios de comunicación. Actualmente es *Country Manager* para VTEX Perú y Consultoría de Negocios Digitales.



Tendencias de comercio digital post pandemia y casos de éxito

10:15 - 10:35 HRS / PET

Hablaremos sobre la evolución del consumidor en estos últimos meses, cuáles son sus *drivers* de compra y qué tendencias exige para seguir maximizando el uso del comercio digital. Finalmente, revisaremos cómo esto ha impactado de forma positiva y numérica dando grandes resultados a algunos negocios en Latinoamérica (casos de éxito).

PANEL DE DISCUSIÓN

Innovando los pagos digitales

10:35 - 11:35 HRS / PET

El objetivo de este panel es tener una conversación sobre la evolución e innovación de nuevas formas de pago en el Perú, la importancia de las funcionalidades bancarias en los pequeños negocios. Pagos con POS, QR, Link, etc.

Al final de la sesión responderemos las preguntas: ¿Qué es lo más relevante para el consumidor peruano? ¿Cuáles son los factores para lograr fidelidad? ¿Va a existir competencia o colaboración entre los diferentes actores?



INTRODUCCIÓN

Gianfranco Polastri

Gerente General, Mastercard para Perú y Bolivia



Rufino Arribas

Líder de tribu, Yape



Diego Conroy

Gerente General, Niubiz



Carlos Tori

Vicepresidente Ejecutivo de Negocios Retail y Canales, Interbank



Felipe Venturo

Gerente General, Izipay



MODERADORA

Bárbara Salas

Editora, SEMANAeconómica

Día 4
VIERNES
01 OCT

BLOQUE V

De 08:00 a 11:25 HRS / PET

Construyendo una cadena de suministro más inteligente



ESTUDIO

Construyendo cadenas de suministro rápidas y furiosas para la euforia post-Covid

08:00 - 08:20 HRS / PET

El esperado repunte en las economías de todo el mundo dará lugar a la escasez de productos, así como cuellos de botella en el transporte y los envíos de estos, además del aumento de costos de servicio y la capacidad para cumplir las promesas, en un nuevo mundo lleno de incertidumbres. En este contexto, se requerirá más automatización, inteligencia, seguridad y flexibilidad para anticipar cambios y crear cadenas de suministro adaptables para maniobrar aguas agitadas por delante.



CARLOS CAPP

Head of consultancy and services for Retail, CPG, Agrobusiness and Healthcare industries, IBM Latin America

Más de 20 años de experiencia en consultoría y gerenciamiento en la industria. Diez de ellos liderando multinacionales como director ejecutivo responsable de los resultados a nivel Latam en ventas, *marketing*, desarrollo de nuevos negocios, R&D, Finanzas, RRHH y todas las operaciones de la cadena de suministro. Responsable de planificar y ejecutar estrategias de transformación digital en el sector retail para impulsar el crecimiento y la ventaja competitiva mediante la integración de estrategia, marketing, las tecnologías emergentes y la innovación en toda la cadena de valor. Maestría, Universidad de Oregon y MBA, Universidad de Michigan.

GONZALO BEGAZO

CEO & Co founder,
Chazki

CEO y CoFundador de Chazki. exGoogle, exIBM, exMicrosoft y exCFO Ajegroup. Emprendedor Endeavor y *Young Global Leader* del WEF. Inversor ángel y consejero de *startups*. Egresado de la Universidad del Pacífico y MBA, Universidad de Cornell. Miembro del Patronato de la Universidad del Pacífico y del MIT Regional Entrepreneurship Acceleration Program Team Lima.



Economía colaborativa: disrupciones en la cadena de valor del *retail* y el *e-commerce* durante la pandemia

08:20 - 08:45 HRS / PET

El C19 se ha convertido en el mayor acelerador de la adopción de la transformación digital en las industrias del *e-commerce* y *retail*, y la economía colaborativa ha presentado una opción relevante para buscar eficiencias significativas en la cadena de distribución y valor de dichas industrias, enfatizando en tiempos y modalidades de distribución, así como en servicio al cliente.

Data de cero a cien: diseño y ejecución de estrategias de data efectivas en el *retail*

08:45 - 09:10 HRS / PET

Todas las organizaciones deben abarcar desafíos diversos en cuanto a objetivos a largo plazo en el uso de sus datos, pero sí existen muchos problemas comunes que evitan generar resultados y avanzar ágilmente, sobre todo durante los primeros años — plataformas, contrataciones, cultura, impacto, entre otras. En esta charla miraremos el problema con una visión general y simplista, lo que nos permitirá dividir el desafío en pedazos más fáciles de digerir, a la vez que mostramos resultados y validamos nuestras inversiones en el corto a mediano plazo.



ANDRÉS BUCCHI

Corporate Head of Data,
Sodimac

Lidera el desarrollo de *Data & Analytics* en Sodimac. Tiene más de 10 años de experiencia en tecnología y data, en las industrias de *Big Tech* y *Retail*. Disfruta trabajando con equipos apasionados, que toman riesgos y se apalancan en la ciencia para acelerar el impacto tecnológico.

Data analytics al servicio de la transformación *phygital*

09:10 - 09:30 HRS / PET

La data ha incrementado su poder y relevancia de manera exponencial, en un mundo que busca un balance entre la experiencia *online* y *offline*. Las estrategias de analítica de datos serán protagonistas en la competencia *phygital*.



OTTO VIDAL MARTEL

Gerente General,
Lidera Digital

Experto en analítica de datos y transformación digital. Director de tecnología externo de Pastelería San Antonio. Más de 15 años de experiencia en investigación de mercados, consumo masivo y retail.

DIEGO VALLARINO

Global Top 100 Data Visionaries 2020.
Ex Chief Data Science,
Scotiabank Uruguay
Ex Data & Analytics Director,
Equifax Uruguay

Autor del libro "Innovando desde el Sur" (2005), ha publicado documentos de investigación en revistas y congresos internacionales. Ha sido profesor invitado en MBA *full time* and EMBA de la Adolfo Ibáñez University (Chile, 2019-2020), MBA de ESAN & UAI (Perú, Chile, 2020) entre otros. Sus áreas de trabajo son Data Science, Economía de la Información, y Cliometría.



Data driven retails - el retail post pandemia

09:30 - 09:50 HRS / PET

El mundo cambió, los clientes cambiaron, los momentos, los tiempos, la velocidad, la fricción, son otros. Entonces ¿qué data usar? ¿qué modelos? ¿qué preguntas podemos contestar (*propensity, pricing, time, etc.*)? ¿qué implicancias éticas existen? ¿cómo formar un buen equipo de producto orientado por los datos?

PANEL DE DISCUSIÓN

Gestión de datos para generar valor

10:00 - 10:45 HRS / PET

En este panel, conversaremos con expertos de empresas regionales y peruanas que han sabido aprovechar la data en la industria de *retail*. Nos mostrarán cómo una adecuada explotación de datos genera valor para las empresas. Para ello las organizaciones deben contar con el talento, las herramientas y los métodos que les permitan capitalizar los activos de data en los estados de resultados de las empresas.



Patricio Mansilla
CEO, RetailCompass



Sebastián Ojeda
CEO, Beetrack.com



Miguel Paredes
Vicepresidente Ejecutivo
y Chief AI & Data Officer,
Rimac Seguros



Benjamín Santa María
Cofounder y CEO,
Reverso



Tomas Taiana
Commerce Cloud - Account
Executive, Salesforce



MODERADOR
Carlos Calderón
Socio y Director
de la Academia de Ciencia de
Datos e Inteligencia Artificial,
UTEC

TONI RUIZ TUBAU

CEO, Mango

Licenciado en Económicas en la Universidad de Barcelona y Master en Economía y Dirección de Empresas en el IESE, empezó su carrera profesional en Leroy Merlin desarrollando distintos cargos hasta nombrarle director financiero. En el 2015 se incorporó en Mango como director financiero y miembro del *board*. En octubre de 2018 fue nombrado director general y en febrero de este año, CEO de la compañía. Actualmente es también consejero asesor del grupo ADEO y Auchan.



Mango: Un modelo de empresa en transformación

10:45 - 11:15 HRS / PET

En los últimos 5 años Mango ha vivido una gran transformación cuyos principales ejes estratégicos han sido: la mejora del posicionamiento del producto y de la oferta comercial, la mejora de la experiencia cliente y la gran transformación digital en la que los datos son una ventaja competitiva sostenible actual y futura. Mango es una empresa familiar de primera generación que tiene presencia en más de 110 países y cuya facturación *online* en 2020 alcanzó el 42% de las ventas totales.

Toni Ruiz, apoyado por el accionista único de la compañía, ha liderado esta transformación junto a todo el Comité de Dirección. Ahora a mediados del año 2021, Mango afronta la definición del nuevo Plan Estratégico 22-25 en un escenario de enormes retos apasionantes del sector.



DÍA 1 · MARTES 28

15:00 - 15:45 HRS / PET



kyndryl™

Cybersecurity: Desafíos del *retail* en el mundo *phygital*

Abordando los desafíos de seguridad y simultáneamente incrementado la experiencia de los clientes, tomando ventaja de los nuevos niveles de automatización, y aprovechando los nuevos módulos de Inteligencia Artificial aplicables a los diferentes niveles de seguridad.



Milton
Hernandez

CTO of Security Offerings and SIAM
(Service Integration
and management), Kyndryl



Juan
Marino

Regional Sales Manager
Ciberseguridad, Cisco Systems

DÍA 1 · MARTES 28

16:00 - 16:45 HRS / PET



 Microsoft

Connected Stores: Las tiendas del futuro facilitarán el proceso de compra para el minorista y el comprador

La tienda conectada: Habilitando el retail inteligente. La unificación de los datos en toda la empresa puede cumplir con las expectativas de los clientes e impulsar el valor comercial, en esta sesión conoceremos las áreas clave de la transformación digital que desbloquearán el valor que buscan las empresas, la importancia de las tiendas físicas, quien está haciendo qué con inteligencia artificial para lograr que el cliente se enfoque en lo que realmente desea, una excelente experiencia de compra independiente del canal donde lo realice.



Hayan J. Ortega

Retail Industry Leader Latin America,
Microsoft Corporation



DÍA 1 · MARTES 28

17:00 - 17:45 HRS / PET



Lleva tu estrategia de CX Omnicanal al siguiente nivel con CANVIA y Service Now

¿Conoces realmente a tu cliente en una visión 360? ¿Todas las áreas de tu empresa tienen la misma visión? Descubre cómo evolucionar tu estrategia centrada en el cliente para obtener una visión holística de la operación de tu empresa de forma ágil y eficiente.



Rossella Arimborgo

Sales Manager, CANVIA



Charles Berninzon

Retail Account Manager, CANVIA



Jose Luis Mendez

Solution Sales Manager Mexico & Latam, Service Now

DÍA 2 · MARTES 29

15:00 - 15:45 HRS / PET



Organizaciones *data-driven*: ¿cómo retener al cliente del futuro?

Estrategias para generar valor en toda la cadena de suministro

La revolución digital iniciada en el último año incrementó exponencialmente el acceso de las empresas peruanas a una herramienta que ha cambiado las reglas de juego: la data. Los grandes ganadores de este periodo fueron quienes lograron implementar estrategias comerciales sólidas y generar mayores eficiencias apalancados en los datos que obtenían de toda su cadena de valor. No obstante, ¿es ello suficiente para seguir liderando el mercado en una coyuntura que no ha parado de evolucionar? Descubre cómo se siguen transformando las principales empresas del mercado en Organizaciones data-driven: ¿cómo retener al cliente del futuro?, un evento desarrollado por Seminarium y SEMANAeconómica con el respaldo y la experiencia de Stibo Systems.



ALDO BERTOLI

Gerente Central Comercial, Pacasmayo



PATRICIA GOICOCHEA

Gerente de Experiencia al Cliente Omnicanal, Grupo efe



DIANA MIRANDA

Directora de Estrategia para Latinoamérica, Stibo Systems



MAURICIO ORTIZ

Gerente Global de Ventas e Innovación Comercial, Aje



MODERADOR

ALVARO RONCAL

Subgerente de Nuevos Proyectos, SEMANAeconómica

INFORMACIÓN GENERAL

FECHA

Martes 28, miércoles 29, jueves 30 de septiembre y viernes 01 de octubre, 2021

HORARIO

Día 1 Martes 28 de septiembre · 08:00 - 11:25 HRS / PET

Día 2 Miércoles 29 de septiembre · 08:00 - 11:00 HRS / PET

Día 3 Jueves 30 de septiembre · 08:00 - 11:40 HRS / PET

Día 4 Viernes 01 de octubre · 08:00 - 11:25 HRS / PET

TARDES DIGITALES

Martes 28 de septiembre · 15:00 - 17:45 HRS / PET

Miércoles 29 de septiembre · 15:00 - 15:45 HRS / PET

INCLUYE

- Acceso digital hasta 05 días después de finalizado el evento.
- Acceso a tardes digitales.
- 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 y ACCEP.

INVERSIÓN

	NETO	IGV	TOTAL
Precio regular Congreso Completo - 04 mañanas	S/ 700.00	S/ 126.00	S/ 826.00
Precio Socio 20% Descuento **	S/ 560.00	S/ 100.80	S/ 660.00
Precio Corporativo A partir de 3 inscritos (10% Descuento) **	S/ 630.00	S/ 113.40	S/ 743.40

Valor de inscripción por persona. Precios expresados en Soles

** Descuentos acumulables: Socio + corporativo

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 congreso.

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

SPONSORS



MEDIA PARTNER

