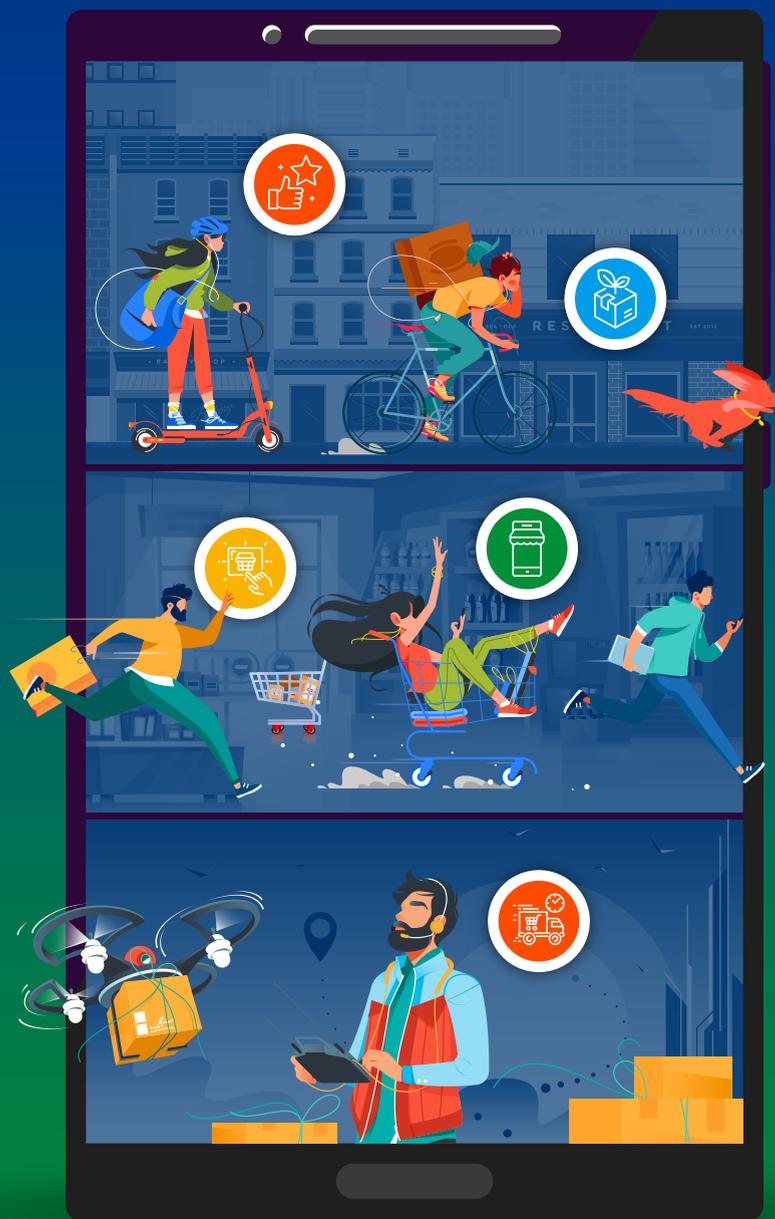


19º Congreso Internacional

RETAIL 2022



RESHAPING

• EL TIEMPO ES AHORA •

SPONSORS



MEDIA PARTNERS



PARTNER ESTRATÉGICO



El sector *retail* experimentó un rebote rápido, luego de la aparición de la pandemia, hacia finales del 2020 y durante todo el año 2021. En Perú, solo en el último año, las ventas del sector han alcanzado los S/47,000 millones, lo que significó un crecimiento de 18.4% frente al 2020 y de 17.2% frente al 2019. Esto se explicó en parte por la reactivación económica, el resurgimiento del comercio electrónico y los cambios de hábitos de los consumidores.

Sin embargo, el 2022 presenta nuevas características para la industria. El ritmo de crecimiento del *e-commerce* se normalizará, y el regreso de las compras en tiendas físicas seguirán recuperando el terreno perdido. Así, se estima que a nivel global las ventas por retail crezcan 5% este año y excedan los US\$27.33 trillones, mientras que el canal de *e-commerce* seguirá representando más del 20% de las ventas totales.

En ese sentido, algunas tendencias ya se posicionan como las más importantes para el sector *retail*. Por ejemplo, el *customer centricity* y el *customer journey* se convierten en las piedras angulares para generar valor y elevar el atractivo hacia los consumidores, que ahora realizan con normalidad sus compras entre el mundo físico y digital. El *delivery* de última milla, así como la sostenibilidad a lo largo de toda la cadena productiva, se posicionan como diferenciales frente a lo que los clientes quieren. En ese sentido, entender lo que las generaciones más jóvenes desean, como los *millennials* y ahora los *centennials*, determinará el éxito de los *retailers* de cara a los siguientes años.

Este nuevo camino recién empieza



RE
SHA
PING

• EL TIEMPO ES AHORA •

OBJETIVO

RETAIL 2022 busca compartir experiencias locales e internacionales que puedan servir de referente para sus negocios, y presenta las principales tendencias, los cambios y los retos del sector en nuestro país. Asimismo, ayuda a comprender la importancia de innovar y adaptarse a los nuevos escenarios, mediante el descubrimiento de nuevas herramientas de gestión para enfrentar tiempos más competitivos.

RETAIL 2022 le permitirá intercambiar ideas con otros participantes, que, como usted, también desean ampliar su red de contactos.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

El **19° 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



**ALEJANDRO
CAMINO**

Gerente General,
Parque Arauco Perú
Presidente,
Comité Consultivo 2022



**CARLOS
NEUHAUS**

Presidente Ejecutivo,
ACCEP



**RUBÉN
SÁNCHEZ**

Gerente General,
Pastelería San Antonio



**MISAEI
SHIMIZU**

CEO, Real Plaza



**HECTOR
TERRONES**

CEO, Centro Comercial
Plaza San Miguel



**RAFAEL
ZAVALA**

Director Ejecutivo de
Programas de
Alta Dirección, PAD



**CARLOS
DE LA RICA**

Gerente General,
Semana Económica



**KATIA
RACHITOFF**

Directora Asociada,
Seminarium Perú



- 08:00 - 08:30 **Welcome coffee**
- 08:30 - 08:35 **Presentación del Congreso**
Katia Rachitoff | Directora Asociada, Seminarium Perú
- 08:35 - 08:40 **Palabras de Bienvenida y apertura evento**
Alejandro Camino | Presidente Comité Consultivo 2022

**POLÍTICA Y ECONOMÍA:
¿QUÉ EFECTOS TIENEN SOBRE LA INDUSTRIA
Y EL CONSUMIDOR DE HOY?**

BLOQUE 1

- 08:40 - 09:05 **Estudio**
Del piloto automático al piloto ausente
Diego Macera | Gerente General, Instituto Peruano de Economía
- 09:05 - 09:30 **Estudio**
El consumidor en tiempos de inflación
Javier Álvarez | Director de Tendencias del Consumidor, IPSOS
- 09:30 - 09:50 **La tensión internacional: factor disruptivo de la economía y los negocios**
Francisco Belaunde | Internacionalista
- 09:50 - 10:10 **Reflexionando sobre las principales tendencias de Retail en Latam**
Carlos Zuzunaga | Socio Asociado de la oficina de Lima, McKinsey & Co
- 10:10 - 10:25 **Firechat**
Carlos Zuzunaga | Socio Asociado de la oficina de Lima, McKinsey & Co
Javier Álvarez | Director de Tendencias del Consumidor, IPSOS
- Moderador**
Diego Macera | Gerente General, Instituto Peruano de Economía

BLOQUE 2

**UN CUSTOMER CENTRICITY
MÁS PERSONALIZADO**

- 10:25 - 11:10 **The End of Retail as We Know It**
Giuseppe Stigliano | Keynote Speaker. Global CEO, Spring Studios
- 11:10 - 11:20 **Firechat**
Alejandro Camino | Gerente General, Parque Arauco Perú
Giuseppe Stigliano | Keynote Speaker. Global CEO, Spring Studios
- 11:20 - 11:40 **Break**
- 11:40 - 12:00 **La experiencia del consumidor en el mundo híbrido**
Hayán J. Ortega | Head of Industry, Retail & CG, Latin America at Microsoft
- 12:00 - 12:35 **Panel de discusión**
Más omnicanalidad para una atención personalizada

Gastón de Zavaleta | Gerente General, Oracle Perú
Yuriko Huayana | Country Manager, VTEX
Fabiola Morales | CEO Interina, Niubiz
- Moderador**
Juan José Calle | CEO, Administradora Jockey Plaza Shopping Center
- 12:35 - 12:50 **Caso de éxito**
Despegue y aterrizaje del nuevo falabella.com en Perú
Pierina Papi | Gerente de Marketing, falabella.com

**CUSTOMER JOURNEY:
¿CÓMO ADAPTARLO A LA NUEVA
REALIDAD HÍBRIDA?**

BLOQUE 3

- 12:50 - 13:30 **The new retailer toolbox builds phygital experience**
Pedro Brolo | Director General, The Visual Merchandising Company, Latinoamérica
- 13:30 - 14:30 **Lunch**
- 14:30 - 15:10 **Reimagining Retail for an Experience Driven World**
Bart Higgins | Founder, Future Perfect X
- 15:10 - 15:45 **Panel de discusión**
En busca del retorno de los consumidores

Pedro Ayin | VP de Segmentos Retail, Scotiabank
Marita Fabiani | Gerente Experiencia al Cliente, ENTEL
César Morales | Gerente de Experiencia de Clientes, Parque Arauco
- Moderador**
Rubén Sánchez | Gerente General, Pastelería San Antonio
- 15:45 - 16:05 **Tendencias de la industria y desafíos para los Retailers en las experiencias de compra del cliente**
Diana Higuera | Gerente Senior de Ventas a través de Canales, Region Sur América, Toshiba Global Commerce Solutions

BLOQUE 4

**LA EVOLUCIÓN Y TRANSFORMACIÓN
DE LA LOGÍSTICA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE**

- 16:05 - 16:25 **Los nuevos desafíos de la Logística para eCommerce en un mundo de constante transformación y cada vez más enfocado en el cliente**
Gisela Greco | Gerente Comercial, Grupo Logístico Andreani.
Directora de la Comisión de Logística en la Cámara Argentina de Comercio Electrónico
Iván Amas | Director de Negocios, Andreani Grupo Logístico
- 16:25 - 16:45 **Break**
- 16:45 - 17:20 **Panel de discusión**
¿Cómo construir una cadena de suministro inteligente?

Camilo Arango | CEO, Logysto Colombia
Nur Malek Pascha | CEO & Co-Founder @Enviopack
José Ríos Olivos | Gerente General, Scharff
- Moderador**
Gonzalo Begazo | CEO & Founder, Chazki
- 17:20 - 17:55 **Panel de discusión**
Crisis logística mundial: ¿cómo enfrentarla?

Ricardo Barrios Arbulu | Managing Director, DHL Global Forwarding Peru
Álvaro Campos | Gerente General Corporativo, Yobel SCM
Pedro Mont | Director General, Platanitos
- Moderador**
Manuel Carpio-Rivero | Profesor de la Maestría de Supply Chain, Pacifico Business School
- 17:55 **Conclusiones del Día 1**
Misael Shimizu | CEO, Real Plaza

LIVE
STREAMING

LIVE
STREAMING



08:55 - 09:00

Apertura Día 2

TECNOLOGÍAS INNOVADORAS PARA EL COMERCIO DIGITAL

BLOQUE 5

09:00 - 09:45

From Omnichannel to Optichannel

Giuseppe Stigliano | Keynote Speaker. Global CEO, Spring Studios

09:45 - 10:05

Mitos y realidades de la generación de valor a través de los datos

Carlos Alberto Gamero Loayza | CDO, Yanbal

10:05 - 10:45

El Retail X.0 gracias a la Inteligencia Artificial

Coro Saldaña | Keynote Speaker. Digital Fashion Business Executive

LIVE
STREAMING

10:45 - 10:55

Espacio de Q&A

Coro Saldaña | Keynote Speaker. Digital Fashion Business Executive

LIVE
STREAMING

Moderador: Cristian Calcutta Kusanovic | Gerente Corporativo de Tecnología y Transformación Digital, Parque Arauco

10:55 - 11:15

Imagina lo que podría ser posible en el futuro con el metaverso

Sergio Gómez | Regional Client Partner, Meta

11:15 - 11:35

Caso Chile

Cómo agregar valor y hacer retail en el metaverso

Nico Martelanz | Founder & CEO @ Motion Displays/View it Augmented Reality

11:35 - 11:55

Break

11:55 - 12:30

Panel de discusión

Más data y tecnología, pero ¿qué hacer con ella?

Iván Herrero | Chief Data Officer, Grupo Intercorp

Luis Miguel Jiménez | Head of Data, Analytics, CRM & Research, Falabella Retail Perú

Elena Paredes | Chief Data Officer, Head of Data & Analytics, Pacífico Seguros

Moderador

Carlos Calderón | Socio y Director de Academia de Ciencia de datos e Inteligencia de Datos, UTEC

BLOQUE 6

MERCADO LABORAL Y GESTIÓN DEL TALENTO: UN ESCENARIO PARA EL SECTOR RETAIL

12:30 - 12:50

El nuevo equilibrio laboral: retos y oportunidades

Alfredo Salvador | Socio, Vinatea & Toyama

12:50 - 13:25

Panel de discusión

¿Cómo conservar el talento en la nueva realidad de trabajo semi-presencial?

Mariela Prado | VP Gestión Humana y Sostenibilidad, Intercorp Retail

Paolo Sacchi | CEO, Grupo Ransa

Alba San Martín | Senior Director, LatAm Partner Organization, Cisco Systems

Moderadora

Marlene Negreiros | Vicepresidenta Corporativa de Talento y Cultura, Grupo UNACEM

13:25 - 14:35

Lunch

SOSTENIBILIDAD PARA EL MUNDO POST PANDEMICO: ADAPTARSE O DESAPARECER

BLOQUE 7

14:35 - 14:55

ESG en mi empresa: casos de éxito demuestran el valor de la sostenibilidad

Cayetana Aljovín | Presidente del Consejo Directivo, Perú Sostenible

14:55 - 15:30

Panel de discusión

Adaptándose al nuevo consumidor

Mari Loli Camarero | Gerenta Legal y de Asuntos Corporativos, Cencosud Perú

Rodrigo Isasi | CEO, Delosi

Javier León | Head of Marketing, Consumer Communications and Corporate Affairs, Nestlé Perú & Bolivia

Moderadora

Milagros Avendaño | Gerente General, APOYO Comunicación

15:30 - 15:45

Sugo, la tienda de comercio electrónico sostenible donde cada compra cumple un propósito

Nicolás Dobler | Director de Sostenibilidad, Sugo Co.

LIVE
STREAMING

15:45 - 16:10

Un propósito que se convierte en Marca

Carlos Añaños | Fundador, AJE. Presidente, Patronato Pikimachay.

Fundador, Tiya-puy

16:10 - 16:35

Espacio de Q&A

Moderadora Katia Rachitoff | Directora Asociada, Seminarium Perú

16:35

Clausura

Juan José Calle | Presidente Consejo Directivo, ACCEP

JUEVES 22 DE SEPTIEMBRE, 2022

BLOQUE 01

De 08:40 a 10:25 HRS / PET

POLÍTICA Y ECONOMÍA: ¿QUÉ EFECTOS TIENEN SOBRE LA INDUSTRIA Y EL CONSUMIDOR DE HOY?

Las crisis políticas y la ralentización del crecimiento económico afectan hoy tanto al Perú como al mundo. Las implicancias de la guerra entre Rusia y Ucrania, la crisis de logística portuaria generada durante la pandemia, y las presiones inflacionarias al alza están generando una coyuntura complicada para los negocios y los *retailers*. Así, entender cuál puede ser el impacto de estos factores en los hábitos de consumo de las personas y en los mismos actores de la industria *retail* se vuelve una necesidad inmediata.



ESTUDIO

Del piloto automático al piloto ausente

08:40 - 09:05 HRS / PET

La economía del Perú se halla en un momento singular, con tres facetas que cuentan historias aparentemente distintas.

En la primera faceta, vemos una recuperación económica aún sólida, con buenos indicadores de consumo y crecimiento saludable en varios sectores. En la segunda historia, la inversión privada se muestra más bien cauta, con un mercado de trabajo también mixto. Y, en la tercera cara, las expectativas sobre el futuro cercano revelan un panorama más bien preocupante. ¿A qué nos encaminamos realmente?



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.

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).



ESTUDIO

El consumidor en tiempos de inflación

09:05 - 09:30 HRS / PET

En este estudio revisaremos el impacto del alza del costo de vida de los peruanos y qué medidas están adoptando para enfrentar esta coyuntura. Así también, las percepciones y expectativas del consumidor de cara a lo que resta del 2022 y principios del 2023.

La tensión internacional: factor disruptivo de la economía y los negocios

09:30 - 09:50 HRS / PET

El mundo continúa en estado de ebullición. Al gran impacto que la pandemia del Covid-19 causó en un primer momento, le siguen ahora las crisis políticas internacionales y la amenaza de una recesión económica por parte de Estados Unidos, la cual tendría implicancias directas en la economía local. ¿Cuáles son los posibles escenarios para los siguientes meses? En esta ponencia abordaremos la tensión internacional, su posible evolución y los efectos en la economía.



FRANCISCO BELAUNDE

Internacionalista

Abogado, maestría de derecho internacional en la Universidad de Paris II (Francia) y Master en Estudios Avanzados en terrorismo de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR). Profesor de Política Internacional Europea en La Universidad San Ignacio de Loyola y Derecho Internacional Público en la Universidad de Lima. Conductor del programa GeoMundo en TVPERÚ.

Reflexionando sobre las principales tendencias de Retail en Latam

09:50 - 10:10 HRS / PET

Los últimos años hubo distintas disrupciones globales —como la pandemia, la inflación o la guerra de Rusia con Ucrania— que han generado cambios materiales en cómo las personas consumimos y cómo el retail interactúa con sus clientes. Estos cambios ya se están materializando en cuatro grandes tendencias tanto a nivel mundial como local. Así, en esta presentación desarrollaremos sobre el papel que juegan los consumidores, la tecnología y los canales en este proceso de transformación del *Retail*.



CARLOS ZUZUNAGA

Socio Asociado de la oficina de Lima, McKinsey & Co

Socio Asociado de la oficina de Lima especializado en servir clientes de consumer y retail en LatAm, enfocado en Route-to-Market, Digital & Analytics Transformation y Revenue Growth Management. MBA de la universidad de Columbia en New York con foco en Leadership y Entrepreneurship y Bachelor de Economía de la Universidad del Pacífico. Recientemente estuvo 5 años en Alicorp, la CPG más grande de Perú. Donde fue Head Corporativo de Estrategia y Planeamiento Financiero liderando un equipo de +60 personas y Head de la transformación de digital y analytics liderando un equipo de +100 personas. Durante su tiempo en Alicorp lideró la transformación del Route-to-market del canal tradicional a través del uso de advanced analytics y productos digitales y tuvo la oportunidad de co-liderar el lanzamiento de tres negocios digitales con impacto en Perú y Ecuador. Se formó en McKinsey donde realizó diversos proyectos de impacto a nivel región, entre ellos la construcción del modelo de gobierno y estrategia tanto para la CPG como para la aerolínea más grande de LATAM y el desarrollo de la transformación de pricing del banco SME más grande de Perú y de la CPG principal en Perú. Además co-lideró la transformación de pricing y revenue management para aerolíneas en todo el mundo que con top line impact de 3%-5%.

Firechat

10:10 - 10:25 HRS / PET



Javier Álvarez

Director de Tendencias del Consumidor, IPSOS



Carlos Zuzunaga

Socio Asociado de la oficina de Lima, McKinsey & Co



MODERADOR

Diego Macera

Gerente General, Instituto Peruano de Economía

JUEVES 22 DE SEPTIEMBRE, 2022

BLOQUE 02

De 10:25 a 12:50 HRS / PET

UN CUSTOMER CENTRICITY MÁS PERSONALIZADO

El cliente se ha empoderado durante la pandemia gracias a un abanico mayor de canales y formatos de venta. Así, la convergencia entre el mundo *online* y *offline* en la coyuntura actual empuja a los *retailers* a reconsiderar aspectos vitales de su estrategia de ventas y *marketing*. El objetivo principal es encontrar la mejor forma de conectar con los clientes, que ahora buscan un trato más personalizado y sin fricciones. ¿Cómo los *retailers* se están preparando y transformando para atender estas nuevas necesidades?

De acuerdo al *Retail Marketing Hot Trends* del 2022 de Tiendeo, el 91.2% de encuestados eligió “Mejorar el *customer journey*” como el principal elemento clave en la estrategia de *marketing* de este año; seguido de “Administrar el enfoque omnicanal”, con un 90.7% de encuestados. En ese sentido, la experiencia de usuario se posiciona como una piedra angular para el desarrollo de la industria este año.





GIUSEPPE STIGLIANO

Keynote Speaker.
Global CEO, Spring Studios
& Adjunct Professor of Retail Marketing
UCL School of Management

Cuenta con 20 años de experiencia internacional en servicios de *Marketing* y Comunicación. Como CEO global de Spring, dirige un equipo de 250 talentos en sus oficinas de Londres, Nueva York, Los Ángeles y Milán.

Antes de unirse a Spring, estuvo 9 años en WPP como director ejecutivo de Wunderman Thompson Italia. Considerado un "ángel empresarial", disfruta asesorando a jóvenes emprendedores y trabaja como profesor adjunto de *Retail Marketing Innovation* en importantes universidades y escuelas de negocios internacionales tales como UCL, Politécnico di Milano y IULM.

También es coautor del *bestseller* «*Retail 4.0: 10 Guiding Principles for the Digital Age*», coescrito en el 2018 con el experto en marketing de renombre internacional Philip Kotler. El libro ha sido traducido a seis idiomas y ha vendido más de 25.000 copias en todo el mundo. En 2021, él y Philip Kotler unieron fuerzas con Riccardo Pozzoli para publicar su segundo libro juntos, «*Onlife Fashion: 10 reglas para el futuro de la moda de alta gama*».

The End of Retail as We Know It

10:25 - 11:10 HRS / PET

La pandemia no ha sido una variación del clima, ha sido un cambio climático. Ha habido una aceleración en el cambio a las compras en línea, una mayor necesidad del omnicanal y cambios importantes en los hábitos de compra de los consumidores.

Los comportamientos, prioridades y hábitos de compra de los consumidores han cambiado y esto trajo consigo cambios importantes en el mundo de los negocios. Y podemos esperar que muchos de estos cambios sean permanentes.

FIRECHAT

11:10 - 11:20 HRS / PET



MODERADOR

Alejandro Camino

Gerente General, Parque Arauco Perú

Ejecutivo con más de 20 años de experiencia en industrias como *private equity*, banca de inversión, management consulting y el sector inmobiliario. Es actualmente Gerente General de Parque Arauco en Perú y anteriormente ha sido *Country Manager* y *Managing Director* del fondo internacional de *private equity* inmobiliario TC Latin America Partners. Antes de eso fue Gerente de Desarrollo de Urbanova Inmobiliaria (Grupo Breca), manejó el área de Finanzas Corporativas de Interbank, y fue gerente de McKinsey & Company en Brasil. Cuenta con un MBA de Stanford Graduate School of Business y es Bachiller de la Universidad del Pacífico.

La experiencia del consumidor en el mundo híbrido

11:40 - 12:00 HRS / PET

No es secreto que el mundo ha cambiado radicalmente en los últimos 3 años, y los consumidores y sus expectativas de lo que debe ser una experiencia de compra también lo han hecho. Tecnología y proceso de compra es algo que hoy van de la mano, pero ¿cómo lograrlo? Tendencias como el comercio unificado y metaverso se hacen presentes y los retailers deben empezar a adoptar estrategias. Acompáñanos en esta sesión para ver estos temas, y cómo hacer que se hagan realidad, con una gran experiencia para los clientes.



HAYAN J. ORTEGA

Head of Industry, Retail & CG, Latin America at Microsoft

Cuenta con 30 años de experiencia y como líder de la industria minorista para América Latina, él y su equipo impulsan la estrategia de la industria minorista y de bienes de consumo de Microsoft y se involucran con clientes estratégicos para ayudarlos a adoptar la transformación digital mejorando la participación del cliente, empoderando a los empleados, haciendo que la cadena de suministro sea más inteligente y reinventando el comercio minorista.

PANEL DE DISCUSIÓN

Más omnicanalidad para una atención personalizada

12:00 - 12:35 HRS / PET

La pandemia generó que la transición hacia la omnicanalidad sea un paso necesario para los comercios grandes y pequeños. Sin embargo, luego de dos años de aprendizajes y algunas equivocaciones, ¿cómo sigue evolucionando la omnicanalidad de los *retailers*? En este panel conversaremos sobre las herramientas tecnológicas y las estrategias que juegan un rol importante en este proceso de transformación de la atención al cliente.



Gastón de Zavaleta

Gerente General,
Oracle Perú



Yuriko Huayana

Country Manager, VTEX



Fabiola Morales

CEO Interina, Niubiz



MODERADOR

Juan José Calle

CEO, Administradora
Jockey Plaza Shopping Center

PIERINA PAPI

Gerente de Marketing,
falabella.com Perú

Ejecutiva con más de 15 años dedicados al marketing para comercios electrónicos de industrias de cuidado personal, seguros y retail. Ha liderado el desarrollo digital desde branding y performance para distintas marcas tanto en equipos locales como regionales. Actualmente lidera el equipo de marketing para falabella.com de Perú.



CASO DE ÉXITO

Despegue y aterrizaje del nuevo falabella.com en Perú

12:35 - 12:50 HRS / PET

En agosto se lanzó falabella.com, el Marketplace del grupo Falabella, con el reto de posicionar rápidamente una nueva tienda virtual en un mercado competitivo y a puertas de la temporada más grande de ventas en el año. Conoce los detalles tras la estrategia y despliegue de esta nueva marca en el país.

JUEVES 22 DE SEPTIEMBRE, 2022

BLOQUE 03

De 12:50 a 16:05 HRS / PET

CUSTOMER JOURNEY: ¿CÓMO ADAPTARLO A LA NUEVA REALIDAD HÍBRIDA?

El regreso a las tiendas físicas y la recuperación del canal tradicional también trae nuevas condiciones para los *retailers*. Los consumidores que hoy vuelven a las tiendas buscan nuevas formas de atención en el proceso de compra de productos. Así, situaciones como la visita a la tienda, por ejemplo, se deben transformar en una experiencia única para el consumidor, coinciden la mayoría de estudios del sector. La expectativa de los consumidores ahora se centra en las herramientas que la tienda le brinde para poder conectar tanto física como digitalmente.

De acuerdo a una encuesta realizada por la consultora Raydiant en Estados Unidos, el 35% de encuestados respondió que una *“placentera experiencia de compra”* es la razón por la cual prefieren comprar en determinadas tiendas. De tal forma que las herramientas tecnológicas, como la Inteligencia Artificial y la Realidad Aumentada, jugarán un papel crucial en generar ese encuentro orgánico entre el mundo físico y digital. *“Los retailers que combinen diversión con sensación de urgencia, como las ediciones limitadas por ejemplo, asegurarán el regreso de los consumidores”*, señala un reporte del Insider Intelligence.



PEDRO BROLO

Director General,
The Visual Merchandising Company,
Latinoamérica



The new retailer toolbox builds phygital experience

12:50 - 13:30 HRS / PET

Director General, The Visual Merchandising Company Latinoamérica, donde ayuda, inspira y motiva a profesionales minoristas en toda la región a implementar creativas y nuevas herramientas de comunicación, diseño y experiencia de cliente. Pedro también es el fundador, director y conferencista de congresos sobre *Retail Design* y *Visual Merchandising* en 9 países de Latinoamérica y Estados Unidos, que han albergado a miles de participantes provenientes todas partes del mundo, así como disertante en otros eventos y congresos de diferentes gobiernos y asociaciones privadas desde 2009. Es diseñador y director creativo de decenas de proyectos arquitectónicos para el sector minorista, como tiendas y centros comerciales en varios países.

Las herramientas del minorista deben adaptarse a las nuevas tendencias, hábitos y cambio de perspectiva de los consumidores con respecto a las compras. En esta conferencia veremos cuales son estas herramientas y cómo utilizarlas para generar conexiones emocionales, coherentes con nuestra marca, que nos ayuden a impactar, deleitar y brindar una extraordinaria experiencia de cliente.

Reimagining Retail for an Experience Driven World

14:30 - 15:10 HRS / PET



BART HIGGINS

Founder, Future Perfect X

A medida que los cambios sísmicos en el comercio y la tecnología transforman la forma en que los consumidores aprenden y adquieren bienes y productos, el comercio minorista tradicional se ve obligado a redefinir su propósito. ¿Cómo están aprendiendo las marcas y empresas a crear valor y generar ingresos a partir de experiencias físicas que se centran en inspirar compromisos personales en lugar de transacciones impulsadas por productos?

Como consultor estratégico y creativo, se desempeña como un experto líder en el área de innovación de marca y experiencia. Se asocia con clientes a nivel mundial para habilitar y activar marcas, centrándose en el desarrollo de nuevos servicios, programas, entornos, tecnologías y ofertas de marca. Ya sea creando nuevos conceptos minoristas para CVS Health, desarrollando un modelo de servicio para Four Seasons, reinventando la experiencia de belleza para Chanel, reposicionando centros comerciales para empresas relacionadas o impulsando la transformación del lugar de trabajo para GlaxoSmithKline, la búsqueda incesante de Bart para ayudar a las marcas a conectar empáticamente con las personas está en el centro de toda su obra.

PANEL DE DISCUSIÓN

En busca del retorno de los consumidores

15:10 - 15:45 HRS / PET

El empoderamiento de los clientes frente a los retailers es una realidad. La mayor diversidad de opciones y formatos de venta, tanto en el canal físico como en el digital, empuja a los comercios a repensar las experiencias de compra de sus usuarios. ¿Cuáles son las claves para diseñar una experiencia de compra única y extraordinaria en la nueva normalidad? En este panel contaremos con retailers de diferentes rubros y tamaños, quienes compartirán su visión y experiencia sobre este tema.



Pedro Ayin

VP de Segmentos Retail,
Scotiabank



Marita Fabiani

Gerente Experiencia al Cliente,
ENTEL



César Morales

Gerente de Experiencia
de Clientes,
Parque Arauco



MODERADOR

Rubén Sánchez

Gerente General,
Pastelería San Antonio

DIANA HIGUERA

Gerente Senior de Ventas
a través de Canales,
Region Sur América,
Toshiba Global Commerce Solutions



Tendencias de la industria y desafíos para los Retailers en las experiencias de compra del cliente

15:45 - 16:05 HRS / PET

Cuenta con más de 20 años de experiencia en el mercado de TI para Retail.

Durante los últimos 13 años ha liderado cargos regionales para América del Sur en áreas de producto, mercadeo, preventa consultiva y venta a clientes y socios comerciales. Desde hace 10 años trabaja con Toshiba Global Commerce Solution, compañía líder mundial con gran participación de mercado en tecnología de tienda y preferida en soluciones integradas. Junto con un equipo global de socios de negocios, Toshiba se dedica a liberar soluciones innovadoras para el presente y el futuro del comercio que mejoran la interacción con el cliente, transforman la experiencia en la tienda y aceleran la transformación digital. Antes de unirse a Toshiba, estuvo 5 años en IBM en la unidad de Soluciones para Retail y 7 años en áreas de servicios para proyectos en retail.

En esta presentación intentaremos delinear la visión del futuro del comercio. Desde la perspectiva de varios estudios de mercado, se abordarán las tendencias en exigencias de los consumidores en las diferentes experiencias de compra, así como los retos que existen hoy para los retailers y la tecnología. ¿Qué beneficios están brindando estas tendencias para los usuarios finales, la industria, la innovación tecnológica y el medio ambiente?

JUEVES 22 DE SEPTIEMBRE, 2022

BLOQUE 04

De 16:05 a 18:15 HRS / PET

LA EVOLUCIÓN Y TRANSFORMACIÓN DE LA LOGÍSTICA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE

El desarrollo de nuevos canales de compra vino acompañado de nuevos formatos de entrega, como el *pick & collect*, en muchos retailers y centros comerciales. El modelo D2C (*Direct to Consumer*) también cobró relevancia, ya que los fabricantes buscaron maneras de realizar las entregas directamente a sus clientes para generar eficiencias y ganar tiempo en las entregas de productos.

En ese sentido, el *delivery* de última milla ha ido ganando mayor presencia en la ciudad, y los retailers ahora se enfocan en alianzas con empresas y plataformas de delivery que les permitan realizar entregas el mismo día. De acuerdo al *Direct to Consumer Purchase Intent Index*, se espera que más del 80% de los consumidores finales realicen por lo menos una compra a través de D2C en los próximos cinco años. Así, las categorías de productos y las formas de entrega seguirán expandiéndose durante este año.



Los nuevos desafíos de la Logística para eCommerce en un mundo de constante transformación y cada vez más enfocado en el cliente

16:05 - 16:25 HRS / PET

En un mundo post-pandemia y luego de haber atravesado una gran transformación en los hábitos de compra la Logística debe adaptarse para dar servicio a estas necesidades. Vamos a atravesar un recorrido por las nuevas tendencias descubriendo las claves que garanticen el éxito de las mismas.



GISELA GRECO

Gerente Comercial, Grupo Logístico Andreani.
Directora de la Comisión de Logística en la Cámara Argentina de Comercio Electrónico

Licenciada en dirección de Negocios, cuenta con 15 de experiencia en Logística. Actualmente se desempeña como Gerente Comercial de los segmentos *Retail* y *Fashion* dentro del Grupo Logístico Andreani y desde hace un poco más de 1 año dirige la Comisión de Logística de CACE (Cámara Argentina de Comercio Electrónico). También dicta el taller de Logística para eCommerce en el eCommerce Institute.



IVÁN AMAS

Director de Negocios,
Andreani Grupo Logístico

Cuenta con más de 10 años en Andreani Grupo Logístico donde actualmente se desempeña como director de negocios, también es Vicepresidente de la Cámara Argentina de comercio electrónico y anteriormente ha trabajado en American Express Argentina por un periodo de 16 años. Es licenciado en sociología y ciencias sociales por la Universidad de Buenos Aires.

PANEL DE DISCUSIÓN

¿Cómo construir una cadena de suministro inteligente?

16:45 - 17:20 HRS / PET

La cadena logística ha pasado por una transformación acelerada, apoyada en parte por el crecimiento del e-commerce y los cambios de hábitos de los consumidores durante la pandemia. Los usuarios ahora demandan más información sobre el estado de su producto y los formatos de entrega. En ese sentido, este panel abordará los principales puntos de dolor en el proceso logístico de hoy, y profundizará sobre cuáles son los cambios necesarios para construir una cadena de suministro inteligente.



Camilo Arango
CEO, Logysto



Nur Malek
CEO, Enviopack Argentina



José Ríos Olivos
Gerente General,
Scharff



MODERADOR
Gonzalo Begazo
Co Founder & CEO,
Chazki

PANEL DE DISCUSIÓN

Crisis logística mundial: ¿cómo enfrentarla?

17:40 - 18:15 HRS / PET

El aumento del precio de los fletes, la guerra entre Rusia y Ucrania, el desabastecimiento de contenedores, y el confinamiento de China por la pandemia son los principales factores de la actual crisis logística que el mundo atraviesa. Sin embargo, ¿es posible mitigar sus efectos negativos sobre las industrias locales? En este panel se compartirán algunas alternativas para enfrentar esta crisis y revertir su impacto hacia el futuro.



Álvaro Campos
Gerente General Corporativo,
Yobel SCM



Ricardo Barrios Arbulu
Managing Director,
DHL Global Forwarding Peru



Pedro Mont
Director General,
Platanitos



MODERADOR
Manuel Carpio-Rivero
Profesor de la Maestría de Supply Chain,
Pacífico Business School

VIERNES 23 DE SEPTIEMBRE, 2022

BLOQUE 05

De 09:00 a 12:30 HRS / PET

TECNOLOGÍAS INNOVADORAS PARA EL COMERCIO DIGITAL

El aumento del uso de plataformas digitales y de comercio electrónico ha generado una cantidad de información inmensa para los *retailers*. Así, la implementación de nuevas herramientas, como *machine learning* e IA, así como la creación de áreas dedicadas al análisis de datos, se han vuelto una obligación para ordenar la información y responder proactivamente a las nuevas necesidades de los consumidores.

Las ventas por e-commerce han llegado a aumentar un 250% en algunas categorías, alcanzando un 15% de las ventas totales de los *retailers*, de acuerdo a Teamcore, plataforma de Inteligencia Artificial en el sector *retail*.

Así, la implementación de nuevas herramientas, como *machine learning* e IA, se ha vuelto una obligación tanto para los grandes como para los pequeños jugadores de la industria. Esta tecnología no solo sirve para conocer más las preferencias del consumidor y mejorar el *customer journey*, sino también para evitar los problemas de abastecimiento tanto en tienda como en almacenes.





GIUSEPPE STIGLIANO

Keynote Speaker.
Global CEO, Spring Studios
& Adjunct Professor of Retail Marketing
UCL School of Management

From Omnichannel to Optichannel

09:00 - 09:45 HRS / PET

Más allá de la multicanalidad u omnicanalidad, “*Optichannel*” se refiere a la capacidad de aprovechar la data para comunicar y respaldar el *customer journey* utilizando el canal que es mejor para cada consumidor, llegando a ellos en el momento específico con el cual conseguiremos nuestro objetivo: generar la venta, atraerlos y fidelizarlos.

CARLOS ALBERTO GAMERO LOAYZA

CDO, Yanbal



Lidera la estrategia de *Data & Analytics* en Yanbal considerando aspectos de arquitectura y gobierno de datos, disponibilización y democratización de la información, la generación de valor a través de algoritmos de analítica avanzada y la generación de una cultura basada en datos dentro todos los países donde opera Yanbal. Antes de Yanbal trabajó como director de *Data & Analytics* en el Laboratorio de Innovación del Grupo Brecia (BREIN) donde se enfocó en el desarrollo de *data-products* (productos basados en datos) con el objetivo de captar valor en las múltiples industrias del Grupo Brecia como seguros, minería, retail, cementos, pesca, hotelería, entre otros. También se enfocó en el desarrollo de equipos y áreas especializadas de *Data & Analytics* para las múltiples empresas del Grupo Brecia.

Mitos y realidades de la generación de valor a través de los datos

09:45 - 10:05 HRS / PET

Los términos *data*, *analytics*, *machine learning*, *data driven*, entre otros; se han popularizado en todas (o gran parte) de las industrias.

Probablemente han escuchado o han leído de cómo usar la data puede generar valor exponencial en las empresas, por lo que cada vez más empresas están invirtiendo en sus datos y en especialistas para generar valor con ellos. En esta exposición analizaremos algunos mitos que existen en distintas empresas sobre la generación de valor con los datos y cómo podemos generar una “*estrategia*” para usarlos de la mejor manera.

**LIVE**
STREAMING

CORO SALDAÑA

Keynote Speaker.
Digital Fashion Business Executive
con más de 20 años de experiencia en moda
y 11 años en el negocio digital

Es *Senior Fashion Advisor* y su objetivo es ayudar a los *retailers* a optimizar la experiencia de sus clientes mediante la transformación de sus capacidades digitales para aumentar ventas, involucrar a los clientes y mejorar su operaciones en el mundo digital actual. Es una reconocida experta en Gestión digital de Empresas de *Retail/Moda*, Experiencia de cliente y Empleado y modelos de negocio *Fast Fashion*. Dispone de alta capacidad transformadora y visión de negocio gracias a su amplio conocimiento (*track record* de más de 15 años) y a su trayectoria en la industria tras haber trabajado con marcas como Roberto Torretta o Pepe Jeans.

En sus últimos años se ha especializado en Moda digital. Habituada a trabajar en entornos de innovación abierta y emprendimiento, lidera desde mayo 2017 junto con la Universidad de Navarra, ISEM el primer programa de aceleración de *startups* de moda *Fashtech*, en España, donde mentoriza *startups* que se integran en las empresas participantes del programa y líderes en el sector como Mango, Corte Inglés o Grupo Tendam.

El Retail X.0 gracias a la Inteligencia Artificial

10:05 - 10:45 HRS / PET

El cambio de paradigmas hacia un negocio *phidigital* que integra lo digital y lo físico plantea importantes retos a los *retailers*. Y estos cambios son cada vez más acelerados, con mayores exigencias por parte de los consumidores y nuevos *players* digitales globales (Shein).

Y es ahí donde la Inteligencia Artificial se posiciona como una importante herramienta para asumir esos nuevos desafíos al permitir, entre otros, identificar tendencias de consumo, conocer y anticiparse a las necesidades de los clientes, mejorar previsiones de demanda, optimizar las cadenas de suministro y la gestión del stock y en definitiva crear una experiencia única de marca más allá de la Omnicanalidad, y que a la vez alterne 3 canales: el físico, el digital pero también el virtual. El mundo inmersivo del metaverso, todavía en una fase muy incipiente, se percibe como una gran oportunidad para el sector del retail no solo para vender productos y servicios sino para conectar con las nuevas generaciones de consumidores.

No sabemos cómo será el cliente del futuro pero sí podemos prepararnos para llegar a él. Aquel *retailer* que conozca sus necesidades será capaz de conectar con ese consumidor de forma natural y no invasiva, generando una gran ventaja competitiva que lo hará salir muy fortalecido y posicionado ante un comprador cada vez más exigente.

Espacio de Q&A

10:45 - 10:55 HRS / PET

**MODERADOR**

Cristian Calcutta Kusanovic

Gerente Corporativo de Tecnología
y Transformación Digital,
Parque Arauco

Imagina lo que podría ser posible en el futuro con el metaverso

10:55 - 11:15 HRS / PET

La evolución de las tecnologías sociales: el metaverso. Una internet inmersiva en la que estaremos dentro de la experiencia y no sólo viéndola, haciendo casi cualquier cosa que imaginemos. Desde reunirnos con amigos y familiares, trabajar, jugar, a categorías completamente nuevas que no se ajustan a lo que pensamos acerca de las computadoras o los teléfonos hoy en día. Una visión de futuro que desde ya nos muestra un sinfín de oportunidades.



SERGIO GÓMEZ

Regional Client Partner, Meta

Ingeniero Industrial de la Universidad de Los Andes en Bogotá, Colombia. Más de 10 años de experiencia en empresas de tecnología, tales como Microsoft, Google y Meta, ayudando a las empresas a desarrollar estrategias digitales.

NICO MARTELANZ

Founder & CEO @ Motion Displays / View it Augmented Reality

Es el fundador y CEO de Motion Displays, empresa pionera en generar un puente entre el mundo físico y digital del retail en Latinoamérica. Con expertise en implementaciones complejas de tecnologías que agreguen valor al usuario en su journey omnicanal de compras y foco especialmente en Realidad aumentada aplicada a los grandes retailers. Algunos de sus hobbies son el rugby y el surf en donde aplica su filosofía deportiva a los grandes desafíos que se presentan en las empresas y en los consumidores del mañana.



Cómo agregar valor y hacer *retail* en el metaverso

11:15 - 11:35 HRS / PET

El mundo ha cambiado, y la manera de hacer retail ha evolucionado no solo de forma omnipresente, sino que en mundos e infraestructuras experienciales en su totalidad. El metaverso vino para quedarse y hay que saber tangibilizar y agregar valor al usuario explorador en el cual el retail permitirá abrir y sumar en esta infraestructura de la web 3.

PANEL DE DISCUSIÓN

Más data y tecnología, pero ¿qué hacer con ella?

11:55 - 12:30 HRS / PET

La mayor digitalización del mundo retail ha generado una enorme cantidad de información por parte de los usuarios, así como nuevas inversiones en plataformas tecnológicas que permitan recolectar la data. Pero, ¿se está utilizando de forma correcta? En este panel conversaremos sobre los desafíos que existen actualmente para aprovechar la data al interior de las organizaciones y qué cambios urgentes se deben realizar dentro de las mismas para aumentar el valor de esta información en el tiempo.



Iván Herrero

Chief Data Officer,
Grupo Intercorp



Luis Miguel Jiménez

Head of Data,
Analytics, CRM & Research,
Falabella Retail Perú



Elena Paredes

Chief Data Officer,
Head of Data & Analytics,
Pacífico Seguros



MODERADOR

Carlos Calderón

Socio y Director de Academia
de Ciencia de datos e Inteligencia
de Datos, UTEC

VIERNES 23 DE SEPTIEMBRE, 2022

BLOQUE 06

De 12:30 a 14:35 HRS / PET

MERCADO LABORAL Y GESTIÓN DEL TALENTO: UN ESCENARIO MÁS DESAFIANTE PARA EL SECTOR RETAIL

La reactivación de la industria *retail* ha venido acompañada de nuevos desafíos. Al alza de los costos de producción ahora se le suma el alza de los costos laborales, un aumento en las tareas de supervisión de la Sunat y el Ministerio de Trabajo, y una elevada rotación en los puestos de *entry levels*. El espacio de maniobra es más reducido, por lo que las eficiencias y las estrategias de retención serán claves para el largo plazo.

Así, las empresas trabajan en nuevos programas de retención de talento, los cuales incluyen estrategias como una parrilla de beneficios más diversificada, nuevas líneas de carrera al interior de la organización, y un foco especial en planes y talleres orientados a cuidar la salud mental de sus trabajadores.



ALFREDO SALVADOR

Socio, Vinatea & Toyama Abogados



El nuevo equilibrio laboral: retos y oportunidades

12:30 - 12:50 HRS / PET

Socio de Vinatea & Toyama, especialista en derecho laboral, relaciones laborales, manejo de conflictos colectivos e individuales. Cuenta con amplia experiencia en el diseño de estrategias para enfrentar y gestionar situaciones de conflicto laboral sindical en todos los sectores económicos, tanto en empresas nacionales como globales.

Mediante esta presentación se muestra la nueva realidad laboral sindical que ha implementado el gobierno de Pedro Castillo Terrones, con lo cual prácticamente se ha cumplido la Agenda planteada al inicio de su régimen. En tal sentido, corresponde ahora visualizar cuáles son los retos que impone esta realidad, cómo afectan al sector y cuáles son las oportunidades con que se cuenta para enfrentarlos.

PANEL DE DISCUSIÓN

¿Cómo conservar el talento en la nueva realidad de trabajo semi-presencial?

12:50 - 13:25 HRS / PET

El retorno progresivos a las oficinas y la instalación de un modelo híbrido de trabajo ha supuesto nuevos desafíos para las organizaciones. Del mismo modo, los niveles de rotación en los *entry levels* han aumentado, y los perfiles mejor preparados buscan nuevas experiencias que les generen motivación. En ese sentido, ¿qué tipo de estrategias de atracción y retención de talento están diseñando las empresas para enfrentar dicha situación?



Mariela Prado

VP Gestión Humana y Sostenibilidad, Intercorp Retail



Paolo Sacchi

CEO, Grupo Ransa



Alba San Martin

Senior Director, LatAm Partner Organization, Cisco Systems



MODERADORA

Marlene Negreiros

Vicepresidenta Corporativa de Talento y Cultura, Grupo UNACEM

BLOQUE 07

De 14:35 a 16:35 HRS / PET

SOSTENIBILIDAD PARA EL MUNDO POST PANDEMICO: ADAPTARSE O DESAPARECER

La preocupación por el origen de los productos, así como los compromisos de las marcas con estándares ESG (*Environmental, Social and Governance*, por sus siglas en inglés) ya es una realidad. La generación Z, cuya población gana cada vez más presencia en la PEA, y los millennials pertenecen a grupos etarios que priorizan los compromisos sociales de las marcas y responsabilidad medioambiental.

Así, las marcas y los *retailers* están en camino a implementar prácticas de sostenibilidad, como la reducción de su huella de carbono y diversificación de su cadena de suministro hacia socios que incluyan materias primas locales. Sin embargo, aún queda un largo camino por recorrer, ya que las aspiraciones de los *retailers* aún no se conectan con la realidad. Según un informe del Boston Consulting Group, a solicitud del Congreso Mundial de Minoristas (WRC), menos del 20% de los *retailers* más importantes del mundo cumplen sus objetivos de sostenibilidad. Las principales trabas aún están en la creación de KPI para medir la sostenibilidad de los negocios.



CAYETANA ALJOVIN

Presidente del Consejo Directivo,
Perú Sostenible

Abogada de la Universidad Católica del Perú y MBA de la Universidad Adolfo Ibáñez de Chile. Cuenta con amplia experiencia en el sector privado y la administración pública, donde ocupó los cargos de Ministra de Desarrollo e Inclusión Social, Ministra de Energía y Minas y Canciller de la República. Ha ejercido como abogada especialista en temas regulatorios en el estudio jurídico Miranda & Amado donde fue socia. Es Presidenta del Directorio de Perú Sostenible, de la Sociedad Nacional de Pesquería y de Azerta Comunicación Estratégica Perú S.A.C.; miembro del Directorio de Interbank, IFS, TecnoFast, CEPAL, Electro Dunas y Vicepresidenta del Tribunal Arbitral de Amcham.



ESG en mi empresa: casos de éxito demuestran el valor de la sostenibilidad

14:35 - 14:55 HRS / PET

El constante cambio que estamos enfrentando a nivel mundial demanda que las empresas evolucionen constantemente y demuestren su valor, no solo financiero, sino también frente a la sociedad. A través de business cases, veremos cómo la sostenibilidad genera valor y asegura la continuidad de la organización.

PANEL DE DISCUSIÓN

Adaptándose al nuevo consumidor

14:55 - 15:30 HRS / PET

La Generación Z y los millennials optan por marcas con propósito y que estén alineadas a su visión de vida. Con una población que cada vez ocupa un mayor porcentaje dentro de la PEA, ¿cómo puede adaptarse la industria a estas nuevas demandas, tanto al cliente externo como interno? Este panel compartirá las experiencias de empresas que manejan una gran cantidad de colaboradores y enfrentan estos desafíos de forma diaria.



Mari Loli Camarero

Gerenta Legal y de Asuntos Corporativos,
Cencosud Perú



Rodrigo Isasi

CEO, Delosi



Javier León

Head of Marketing,
Consumer Communications
and Corporate Affairs,
Nestlé Perú & Bolivia



MODERADORA

Milagros Avendaño

Gerente General,
APOYO Comunicación

NICOLÁS DOBLER

Director de Sostenibilidad,
Sugo Co.

Es ingeniero ambiental con más de 18 años de experiencia liderando las estrategias de sustentabilidad en empresas globales, principalmente de consumo masivo. Implementó proyectos y campañas ambientales y de inclusión social en temas de economía circular, conservación de ecosistemas, cambio climático, agricultura regenerativa y educación; dirigió un fondo de inversión social en América y una Fundación Corporativa en Argentina; lideró procesos de certificación de Empresas B; acompañó el lanzamiento de marcas impulsadas por un propósito. Es miembro del Consejo Empresario de Sistema B Argentina y es docente de la carrera de Postgrado de Sustentabilidad e Inclusión Social de la Universidad Torcuato Di Tella en Argentina. Actualmente, es el director de sustentabilidad de Sugo Company, una Empresa B Certificada con un ecosistema de soluciones innovadoras para reducir el descarte y combatir el cambio climático.



LIVE
STREAMING

Sugo, la tienda de comercio electrónico sostenible donde cada compra cumple un propósito

15:30 - 15:45 HRS / PET

Sugo democratiza la sostenibilidad, promoviendo un consumo consciente. Evita que los productos no vendidos se descarten, ofreciéndolos a una fracción de su precio y convirtiendo los desechos en valor tangible. Lenta rotación, vida útil limitada o daños del empaque, son razones que ponen a estos productos en riesgo de convertirse en residuos, contaminando nuestro planeta. Al desviar estos productos de la disposición final, evitamos la emisión de gases de efecto invernadero, causantes de la actual crisis climática.

Un propósito que se convierte en Marca

15:45 - 16:10 HRS / PET



CARLOS AÑAÑOS

Fundador, AJE.
Presidente, Patronato Pikimachay.
Fundador, Tiyapuy

Empresario Ayacuchano y fundador de AJE comenzó su carrera profesional hace 36 años. La empresa AJE GROUP surge en Perú en los 80 en medio de una gran convulsión en el país. En su desarrollo profesional vivió en Venezuela, México y España desde donde gestionó la compañía a nivel mundial. En el año 2017 deja AJE y funda el Patronato Pikimachay para poner en valor Ayacucho y ayudar a su tierra natal. En el 2020, como no podía viajar para ayudar a su tierra Ayacucho, en medio del confinamiento por covid crea Tiyapuy, para seguir poniendo en valor los productos originarios del ande del Perú.

Espacio de Q&A

16:10 - 16:35 HRS / PET



MODERADOR

Katia Rachitoff

Directora asociada,
Seminarium Perú

INFORMACIÓN GENERAL

FECHA / LUGAR

Jueves 22 y Viernes 23 de septiembre, 2022

The Westin Hotel & Convention Center · Calle Las Begonias 450, San Isidro, Lima.

HORARIO

Registro Día 1: 07:45 - 08:15 HRS

Día 1: Jueves 22 de septiembre · 08:30 - 18:25 HRS

Registro Día 2: 08:15 - 08:55 HRS

Día 2: Viernes 23 de septiembre · 08:55 - 16:35 HRS

INCLUYE

- Interpretación simultánea (inglés/español).
- Kit de bienvenida.
- Almuerzo - *Walking Lunch* y *coffee breaks*.
- Las presentaciones autorizadas por los expositores estarán disponibles al finalizar el Congreso.
- Certificado digital de participación emitido por Seminarium Perú y ACCEP.

ESTACIONAMIENTO

Ofrecemos tarifa plana en la playa de estacionamiento del hotel a un costo diario de S/ 20.00, incluido IGV (sujeto a disponibilidad).

INVERSIÓN *

	NETO	IGV	TOTAL
Precio Regular	S/ 2,680.00	S/ 482.40	S/ 3,162.40
Precio Socio ACCEP Congreso completo (20% Descuento)	S/ 2,144.00	S/ 385.92	S/ 2,529.92
Precio Corporativo Congreso completo (10% Descuento)	S/ 2,412.00	S/ 434.16	S/ 2,846.16

* Valor de inscripción por persona. Precios expresados en Soles

CARNET DE VACUNACIÓN

Todo participante deberá presentar su carnet de vacunación con las dosis mínimas exigidas por el gobierno para acceder a locales comerciales o espacios cerrados. El uso de mascarilla KN95 o 2 mascarillas quirúrgicas es indispensable dentro de la sala de conferencia.

ANULACIONES

Sólo se aceptarán cambios de nombres 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. Si el Congreso se cancelara por motivos de fuerza mayor, no habrá devoluciones de dinero, sin embargo el crédito quedará libre para poder ser utilizado en productos Seminarium Perú.

SEMINARIUM PERÚ

VENTA DE INSCRIPCIONES O PATROCINIOS

informes@seminarium.pe · Av. Enrique Canaval y Moreyra 340, Piso 13 - San Isidro · seminarium.pe