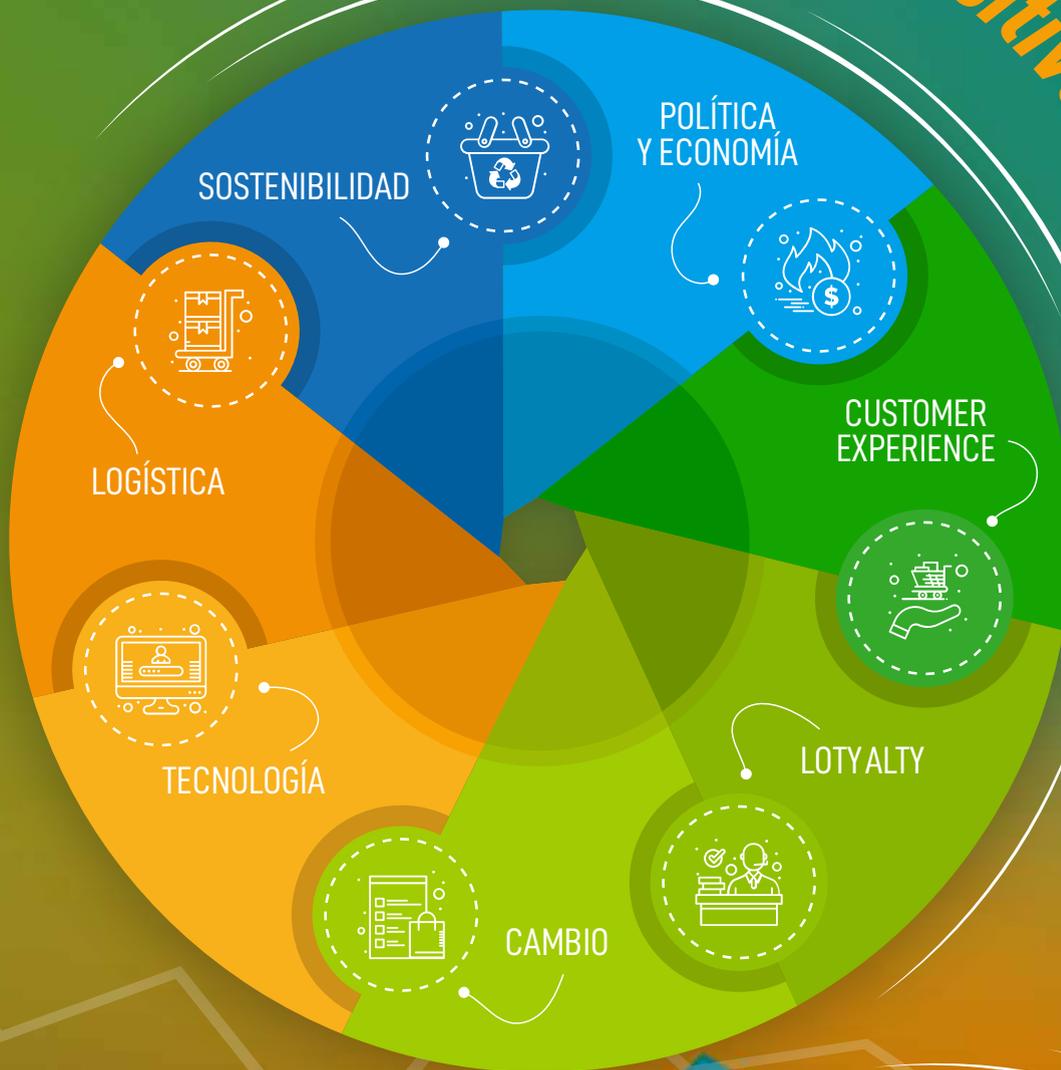


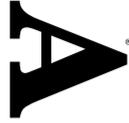
# RETAIL 360°

## EL CLIENTE EN EL CENTRO

Impulsando un **impacto positivo** para la industria, la sociedad y el país...



SPONSORS



MEDIA PARTNERS



PARTNER ESTRATÉGICO



El 2023 plantea un año desafiante para la industria retail a nivel global. Sin embargo, la transformación del sector y la inversión en tecnología siguen consolidándose, lo que ha provocado que los retailers continúen con el crecimiento de sus negocios. En este **20° Congreso Internacional de Retail** exploraremos cuáles son las claves hoy en día de dicha transformación digital y qué desafíos aún queda por superar a la industria retail en Perú.

En esa línea, la transición entre el mundo offline y online es uno de los puntos más importantes para el retail de hoy, lo que plantea nuevos retos para las estrategias de customer experience y los programas de lealtad de los consumidores. ¿Cómo integrar la experiencia de compra en un mundo híbrido? ¿De qué nuevas formas llegar a los consumidores mientras transitan estos canales?

Asimismo, el aumento de la omnicanalidad también presenta nuevas oportunidades y retos para los procesos logísticos del retail. Ahora, la operación de entrega de productos debe ser capaz de mantener el mismo ritmo en toda la cadena de suministro, al mismo tiempo que responde con eficiencia a la alta demanda a través del e-commerce. En medio de ese contexto, la logística inversa aún se presenta como uno de los principales desafíos a superar por parte de los retailers.

La transformación del sector retail sigue evolucionando, lo que lleva a los negocios a innovar en la tecnología que utilizan. El objetivo hoy es claro: estas herramientas digitales deben ser capaces de generar menores fricciones y una mayor conveniencia de cara al consumidor. Las oportunidades que generan tecnologías como la Inteligencia Artificial apuntan a simplificar los procesos de compra y consulta de los clientes, así como a agilizar los procesos operativos de las empresas.

Finalmente, la gestión humana y las políticas de sostenibilidad del sector retail se posicionan hoy en día como piedras angulares para el desarrollo del negocio. La transformación del sector retail necesita apoyarse hoy más que nunca en perfiles profesionales y equipos multidisciplinarios que puedan responder a la rápida evolución de la demanda de los consumidores. Además, la relación con los stakeholders del negocio es un punto clave: ¿cómo mejorar la relación con los públicos de interés y qué papel juegan las políticas ESG en ese contexto?

En este nuevo **Congreso Retail** también profundizaremos en cómo construir una cadena de valor sostenible en la industria retail y qué efectos tiene en la sociedad.

## A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO

El 20° 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.

## OBJETIVO

Retail 2023 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 2023 le permitirá intercambiar ideas con otros participantes, que, como usted, también desean ampliar su red de contactos.

## COMITÉ CONSULTIVO



**ALEJANDRO  
CAMINO**

Gerente General,  
Parque Arauco Perú /  
Presidente, Comité Consultivo



**ROLANDO  
ARELLANO B.**

Director Ejecutivo,  
Arellano Consultoría  
para Crecer



**GONZALO  
BEGAZO**

CEO & CoFounder,  
Chazki



**RODRIGO  
ISASI**

CEO, Delosi



**CARLOS  
NEUHAUS**

Presidente Ejecutivo,  
Asociación de Centros  
Comerciales del Perú



**MISAE  
SHIMIZU**

CEO, Real Plaza



**JULIA  
SOBREVILLA**

Directora de Imagen  
Institucional y Sostenibilidad,  
Centrum PUCP /  
Directora Independiente



**CARLOS  
DE LA RICA**

Gerente General,  
Semana Económica



**KATIA  
RACHITOFF**

Directora Asociada,  
Seminarium Perú

# Día 1 · MIÉRCOLES 14 DE JUNIO

- 08:00 - 08:55 **Apertura**
- 08:55 - 09:00 **Presentación del Evento**  
Katia Rachitoff | Directora Asociada, Seminarium Perú
- 09:00 - 09:05 **Palabras de Bienvenida**  
Alejandro Camino | Presidente Comité Consultivo 2023

## BLOQUE 1

### POLÍTICA Y ECONOMÍA: LOS EFECTOS EN LA INDUSTRIA DEL RETAIL

- 09:05 - 09:30 **Estudio**  
**Sin amarres.** Seis motivos por los que la economía del Perú puede volver a despegar  
Diego Macera | Director, Instituto Peruano de Economía - IPE
- 09:30 - 09:55 **Estudio**  
**Los YOLO (You Only Live Once)**  
Javier Álvarez Pecol | Trends Senior Director, Ipsos
- 09:55 - 10:15 **Perú: gobernabilidad, conflictos y legitimidad política**  
Martín Tanaka | Profesor Principal, PUCP. Investigador Principal - Instituto de Estudios Peruanos
- 10:15 - 10:35 **Incertidumbre de afuera para adentro**  
Jaime Reusche | Vice President - Senior Credit Officer at Moody's Investors Service **LIVE STREAMING**
- 10:35 - 10:55 **Firechat**  
Javier Álvarez Pecol | Trends Senior Director, Ipsos  
Martín Tanaka | Profesor Principal, PUCP. Investigador Principal - Instituto de Estudios Peruanos
- Moderador**  
Diego Macera | Director, Instituto Peruano de Economía - IPE
- 10:55 - 11:15 **Break**

## BLOQUE 2

### CUSTOMER EXPERIENCE: ¿CÓMO LLEGAR A LOS CONSUMIDORES MIENTRAS TRANSITAN LOS CANALES ONLINE Y OFFLINE?

- 11:15 - 12:00 **Customer Experience Strategy for the Post-Pandemic World**  
Doug Stephens | Keynote speaker. Retail and consumer futurist. Author and Founder of Retail Prophet
- 12:00 - 12:10 **Firechat con Doug Stephens**  
**Moderador** Alejandro Camino | Gerente General, Parque Arauco Perú
- 12:10 - 12:35 **Supporting Retailers' Omnichannel Efforts:  
The Role of the Shopping Center**  
David Blumenfeld | Co-Founder, NextRivet
- 12:35 - 12:55 **La administración holística de experiencia**  
Francisco Peirano | Consultor Senior y fundador, Lateral Unit  
Evelin Martínez | Account Manager, Qualtrics Latam Sur
- 12:55 - 13:35 **Panel de discusión**  
**¿Cómo mejorar la experiencia de compra en el punto de pago?**  
  
Pedro Ganoza | Online Payments Deputy Manager, Mercado Pago  
Melissa Leo | Director merchant sales & solutions, VISA Perú  
Enrique Mejía Castillo | Chief Innovation & Marketing Officer, Hermes  
Sebastian Raposo | Director Comercial, Arisale
- Moderador**  
Carlos Armando de la Flor | CEO, Maria Almenara
- 13:35 - 14:35 **Lunch**

## BLOQUE 3

### LOYALTY: CONSTRUYENDO UNA ESTRATEGIA EFECTIVA

- 14:35 - 15:05 **Loyalty en la Industria Retail:**  
**¿cómo lograr una estrategia de fidelización exitosa?**  
Diego Teitelbaum | Senior Manager & Loyalty Leader for Spanish Latam, McKinsey & Company
- 15:05 - 15:25 **Caso Loyalty - Puntos Colombia**  
**De Programa a Plataforma de Lealtad**  
Mariana Botero | Gerente General, Puntos Colombia
- 15:25 - 15:45 **Caso Loyalty - LATAM Pass**  
**Traectoria y desafíos para consolidarse como el principal programa de lealtad de la región**  
Marcela Mejía | Gerente Senior Regional, LATAM Pass
- 15:45 - 16:05 **Lunch**

## BLOQUE 4

### LA TRANSFORMACIÓN DE LA EMPRESA EN PERÚ: ¿CÓMO CONSTRUIR NEGOCIOS EN EL RETAIL?

- 16:05 - 16:25 **Caso Puku Puku**  
**Alzando vuelo.** Branding, experiencia y cariño como impulsores del crecimiento  
Andrew Michell | Director - Fundador, Puku Puku
- 16:25 - 16:45 **Caso OSSO**  
**¿Cómo tocar carne?**  
Renzo Garibaldi | Fundador, OSSO
- 16:45 - 17:05 **Caso La Ibérica**  
**Construyendo una marca centenaria**  
Claudia Vidaurrázaga | Gerente de Marketing, Fábrica de Chocolates La Ibérica
- 17:05 - 17:45 **Panel de discusión**  
**¿Cuáles son los retos para los negocios en el 2023 y cómo afrontarlos?**  
  
Renzo Garibaldi | Fundador, OSSO  
Andrew Michell | Director - Fundador, Puku Puku  
Claudia Vidaurrázaga | Gerente de Marketing, Fábrica de Chocolates La Ibérica
- Moderador**  
Bartolomé Ríos | Asesor y Director de Empresas, Chair, Vistage Perú
- 17:45 - 17:50 **Conclusiones del día**  
Juan José Calle | CEO, Administradora Jockey Plaza Shopping Center

08:55 - 09:00

Apertura

**BLOQUE 5**

**TECNOLOGÍA PARA EL RETAIL  
MENOS FRICCIONES Y MÁS CONVENIENCIA**

09:00 - 09:45

**Technologies Driving the Future of Retail**

Doug Stephens | Keynote speaker. Retail and consumer futurist. Author and Founder of Retail Prophet

09:45 - 09:55

**Firechat con Doug Stephens**

Moderador Rodrigo Isasi | CEO, Delosi

09:55 - 10:15

**Dime qué compras y te diré quién eres**

Andrés Hernández | Head of dunhumby ANDEAN Region

10:15 - 10:35

**Aplicaciones de IA Generativa para el Retail**

Alejandro Perez de Rosso | Partner and Office Head, Bain & Company Argentina

10:35 - 10:55

**Caso de éxito**

**Transformando la experiencia 360° con tecnología e Innovación**

Gabriela Chuquipondo | Gerente de Marketing y Business Intelligence, Sodimac y Maestro Perú

10:55 - 11:15

Break

11:15 - 11:50

**Panel de discusión**

**El roadmap de la digitalización en el retail**

Andrés Hernández | CEO, Dunhumby Colombia  
Alejandro Perez de Rosso | Partner and Office Head, Bain & Company Argentina  
Patricia Wissar | Vicepresidente de Tecnología de la Información, Intercorp Retail

**Moderadora**

Lorena Ortiz de Zevallos | CEO, Tekton Labs

11:50 - 12:10

**Caso de éxito**

**Humanizando el servicio al cliente**

Gilberto Garza | Vicepresidente Regional de Ventas, Zendesk LATAM



**BLOQUE 6**

**LOGÍSTICA:  
LOS NUEVOS DESAFÍOS DE LA OMNICANALIDAD  
Y LA LOGÍSTICA INVERSA**

12:10 - 12:35

**Desde el almacén hasta la entrega:**

las soluciones de IA para mejorar la eficiencia en la logística en América Latina

Diego Rodríguez | Logistics and Industrial Practice Leader, AMI  
Sullivan Rocha | Senior Analyst, AMI



12:35 - 12:55

**Tendencias Tecnológicas y el rol de la Inteligencia Artificial en la Logística**

Gonzalo Begazo | CEO & Co-founder, Chazki

12:55 - 13:20

**Logística Inversa. La próxima gran disrupción en el mercado latinoamericano**

Iván French | Fundador & CEO, Pickit

13:20 - 14:20

Lunch

14:20 - 15:00

**Panel de discusión**

**Transformación logística: aprendizajes y errores para la operación del futuro**

Vanessa Chávez | Gerente de APP, Fazil  
Álvaro Echeverría | CEO, Simpliroute  
Ricardo Pinheiro | Gerente de Canales y Socio, HERE (BRAZIL)  
Paula Runciman | Directora de Innovación y Omnicanalidad, Farmacias Peruanas, InkaFarma/MiFarma

**Moderador**

Gonzalo Begazo | CEO & Co-founder, Chazki

15:00 - 15:20

**Falabella.com: ¿por qué construir un marketplace en Perú?**

Alejandro Osoreo | Country Manager, falabella.com

**BLOQUE 7**

**DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA:  
INCORPORANDO LA SOSTENIBILIDAD EN EL NEGOCIO  
DEL RETAIL**

15:20 - 15:40

**Caso Natura**

**El negocio al servicio de la sociedad y el planeta. No al contrario**

Christian Coone | CEO, Natura

15:40 - 16:00

**ESCVDO y el poder transformador de la moda sostenible:**

una cadena de impactos positivos en Perú y el mundo

Chiara Macchiavello | Directora Creativa y Fundadora, ESCVDO (marca de lujo sostenible)

16:00 - 16:20

**Conversatorio**

**Sostenibilidad en el Retail**

Ximena del Pilar Bedoya | Corporate Head of Sustainability, Parque Arauco  
Pedro Jose de Zavala | CEO, La Calera  
Enrique Sarco | Director de Sostenibilidad, Pamolsa

**Moderador**

Julia Sobrevilla | Directora de Imagen Institucional y Sostenibilidad, Centrum PUCP y Directora Independiente

16:30 - 16:50

**Caso Wild Lama**

**Sustentabilidad como base, personas y marketing digital la clave del éxito**

Pedro Costabal | CEO, Wild Lama

16:50 - 17:20

**PREMIOS VISUAL 2023**

Los Premios Visual 2023 buscan reconocer los mejores proyectos de visual merchandising realizados durante el año 2022.

17:20 - 17:25

**Clausura del evento**

Carlos Neuhaus | Presidente, ACCEP

**DÍA 1**  
MIÉRCOLES  
**14**  
**JUNIO**

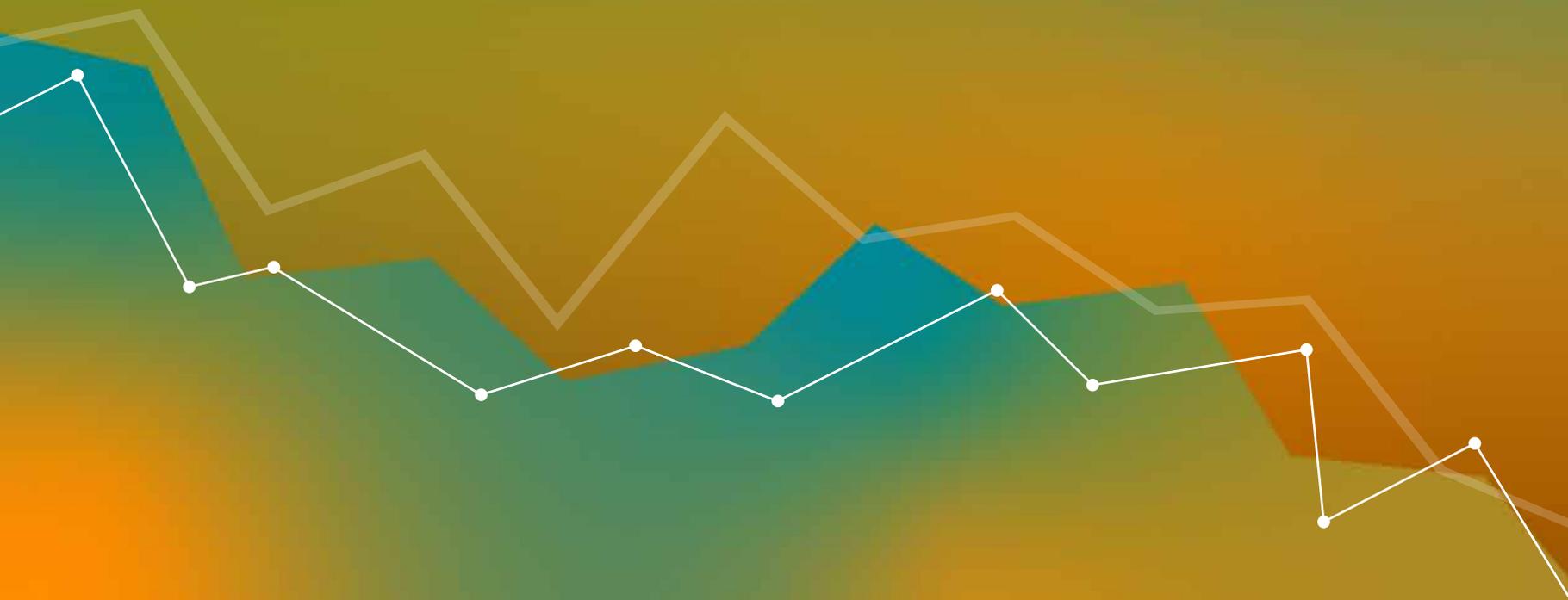
**BLOQUE 1**



## **POLÍTICA Y ECONOMÍA:** LOS EFECTOS EN LA INDUSTRIA DEL RETAIL

El 2023 presenta varios retos para las empresas peruanas en términos económicos y sociales. Sin embargo, la reactivación económica del país continúa su rumbo, con los negocios y la inversión privada como pieza fundamental de ese proceso.

En medio de esta coyuntura desafiante, este bloque inicial ahondará en la actual situación macroeconómica y social del Perú, y los cambios en el comportamiento del consumidor, para comprender mejor dónde está parado el sector retail al día de hoy.



## Sin amarres. Seis motivos por los que la economía del Perú puede volver a despegar

En cierto modo, los últimos cinco años han revelado más sobre el Perú y su estructura económica y social que los años previos. ¿Qué podemos aprender sobre el golpe del COVID-19, la recuperación económica subsiguiente -incompleta-, y la crisis política crónica? ¿En qué podemos confiar y hasta cuándo? Si bien la incertidumbre ha sido una constante, también nos quedamos con muchas certezas. El Perú tiene la oportunidad de continuar su ruta al desarrollo, pero dependemos de las decisiones que se tomen en los siguientes meses.



## DIEGO MACERA

Director, Instituto Peruano de Economía (IPE)

Actualmente es director del IPE, antes fue Gerente General de la misma institución desde el año 2016, también es 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

Trends Senior Director,  
Ipsos

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 Los YOLO (You Only Live Once)

Los YOLO (You Only Live Once) está conformado por un grupo de peruanos y peruanas que quieren disfrutar el momento. Que, si bien tiene preocupaciones y responsabilidades, están optando por aprovechar el día a día, saliendo a reuniones, visitando establecimientos y haciendo planes. Consideran que el 2023 es un año más de gasto, que de ahorro, porque quieren gastar y no porque la coyuntura los obliga hacerlo. Representa el 20% de la población peruana adulta y es importante visibilizarlos.

## MARTÍN TANAKA

Profesor Principal, Pontificia Universidad Católica del Perú  
Investigador Principal, Instituto de Estudios Peruanos



Doctor en Ciencia Política por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) sede México. Actualmente es profesor principal de la Pontificia Universidad Católica del Perú y Director de la Escuela de Gobierno y Políticas Públicas. También es investigador principal en el Instituto de Estudios Peruanos, del que fue su Director General (2005-2007). Ha sido Visiting Fellow postdoctoral en el Helen Kellogg Institute for International Studies de la Universidad de Notre Dame, Indiana (2003 y 2009). Tiene libros y capítulos de libros publicados por el Instituto de Estudios Peruanos, Cambridge University Press, Stanford University Press, Lynne Rienner Publishers, Routledge, Fundación Pablo Iglesias, Instituto de Estudios Sociales de la UNAM, entre otros. Es también columnista semanal del diario El Comercio.

## Perú: governabilidad, conflictos y legitimidad política

En esta ponencia profundizaremos en cómo caracterizar la situación política actual del Perú, detallaremos las perspectivas de gobernabilidad a corto y mediano y plazo, y analizaremos cómo lograr una mínima gobernabilidad con altos niveles de conflictividad y bajos niveles de legitimidad.

## Incertidumbre de afuera para adentro

El complejo escenario internacional que enfrenta el Perú.



## JAIME REUSCHE

Vicepresidente y Director de Crédito del Grupo de Riesgo Soberano, Moody's

Tiene 19 años de experiencia en la industria financiera trabajando en calificadoras de riesgo. Es responsable del análisis y las calificaciones de los soberanos latinoamericanos. Es autor de investigaciones sobre temas que impactan la calidad crediticia soberana, participa en comités de calificación soberana y es responsable de comunicar las opiniones del grupo de riesgo soberano en reuniones informativas para inversionistas y discusiones con autoridades económicas. Anteriormente, fue analista líder de una cartera de soberanos de Europa central y oriental en el mismo grupo, antes de volver a centrarse en América Latina. Ha trabajado como Director en el grupo soberano de Fitch Ratings cubriendo soberanos latinoamericanos, incluidos Argentina, Chile y países de América Central hasta 2011. Antes de esto, ocupó cargos de analista, analista asociado y asociado senior durante sus casi siete años en el grupo de soberanos en Moody's, donde cubrió soberanos de América Latina y Europa del Este, y supervisó la recopilación de datos para el manual estadístico semestral de Moody's. Obtuvo una licenciatura de ciencias en economía de la Facultad de Negocios y Economía de la Florida Atlantic University con especialización en econometría y desarrollo económico.

**DÍA 1**  
MIÉRCOLES  
**14**  
JUNIO

**BLOQUE 2**



## **CUSTOMER EXPERIENCE:** ¿CÓMO LLEGAR A LOS CONSUMIDORES MIENTRAS TRANSITAN LOS CANALES ONLINE Y OFFLINE?

El customer experience sigue convirtiéndose en la piedra angular del retail. Una carrera donde solo quedan disponibles dos opciones: adaptarse o desaparecer. En ese sentido, los roles de programas de lealtad para el 2023 cobran un gran valor, así como el uso de la data para identificar ofertas más personalizadas para los clientes. De acuerdo con un estudio reciente de Accenture, el 67% de los consumidores a nivel mundial ya utilizan la tecnología en sus compras en tiendas físicas.

En este bloque conversaremos sobre cómo establecer una experiencia de compra que integre los canales online y offline, y cómo analizar el retorno de la inversión de las estrategias de customer experience.



# DOUG STEPHENS



Keynote speaker.  
Retail and consumer futurist.  
Author and Founder,  
Retail Prophet

Reconocido como uno de los principales futuristas sobre consumo y retail, y una de las personas más influyentes en el comercio minorista mundial.

Su libro más reciente, "Resurrecting Retail", es una hoja de ruta de cómo se transformará la industria del retail tras la pandemia, y cómo cambiarán los comportamientos minoristas y de los consumidores.

## Customer Experience Strategy for the Post-Pandemic World

La pandemia de 2020 desencadenó una nueva evolución del comercio minorista global, dando lugar a niveles de competencia sin precedentes en todas las categorías de productos y servicios. A medida que las opciones y el acceso de los consumidores se expanden exponencialmente, todas las empresas minoristas ahora se enfrentan al desafío de sobresalir en un mercado cada vez más saturado. Un mercado donde el único diferenciador que queda entre las marcas es la experiencia que ofrecen a sus clientes. Únase al renombrado futurista mundial, autor de bestsellers y asesor de Fortune 100, Doug Stephens, mientras comparte la dinámica del futuro del retail posterior al covid y comparte un modelo

Sus perspectivas únicas y proféticas han aparecido en The New York Times, TechCrunch, BBC, The Wall Street Journal, Forbes y Fast Company, entre otras, y han influido en marcas internacionales tan prestigiosas como Walmart, Google, Estée Lauder, BMW, Disney y LVMH.

único y poderoso para construir una estrategia dominante de experiencia del cliente. Esta presentación es atractiva e imprescindible para cualquier retailer o marca que busque sobresalir en la nueva realidad post pandémica.

---

## Firechat



MODERADOR

**ALEJANDRO CAMINO**

Gerente General,  
Parque Arauco Perú

## Supporting Retailers' Omnichannel Efforts: The Role of the Shopping Center



### DAVID BLUMENFELD

Co-Founder, NextRivet

A medida que avanzamos en la era de digital-first retailing, la tienda física juega un papel central en la experiencia “envolvente” del cliente. Sin embargo, muchos de estos esfuerzos omnicanal son muy costosos e ineficientes cuando los retailers intentan hacerlo todo por sí mismos... lo que brinda una oportunidad para que los minoristas colaboren con los operadores de centros comerciales para crear una mejor experiencia general para el cliente. Aprovechando los 25 años de experiencia en tecnología digital y bienes raíces físicos, David Blumenfeld, cofundador de la consultora NextRivet, brindará ejemplos prácticos para que los minoristas y los centros comerciales se apoyen mejor entre sí y con su cliente común... el comprador.

Cuenta con más de 20 años de experiencia como ejecutivo de desarrollo comercial, ventas y marketing. Antes de cofundar NextRivet, dirigió el desarrollo empresarial de OneMarket, una empresa derivada de tecnología minorista de Westfield Malls, previo a esto, lideró el Desarrollo de Negocios en Westfield Labs, la primera división global Proptech de la industria de centros comerciales, enfocada en llevar nuevas tecnologías digitales a los entornos físicos de Westfield en los EE. UU., el Reino Unido y Australia. También fue responsable de las asociaciones e inversiones estratégicas de Labs con nuevas empresas y compañías Fortune 500.



### FRANCISCO PEIRANO

Consultor Senior y fundador, Lateral Unit

Ingeniero Comercial de la Universidad de Chile, cuenta con trece años de experiencia en planificación y gestión de proyectos en diversas industrias y con siete años como Consultor especialista en Experience Management y procesos de negocio, donde ha liderado diversos proyectos en múltiples empresas de Latinoamérica. Está certificado como Customer Experience Expert por el XM Institute de Qualtrics.

### EVELIN MARTINEZ

Account Manager, Qualtrics Latam Sur

Licenciada en Publicidad de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales de Buenos Aires, Argentina, se dedica a desarrollar el mercado latinoamericano del cono sur aportando valor con su visión de Experience Management. Tiene una Diplomatura en Dirección de Negocios y estudios en el campo del Data Science. Cuenta con una trayectoria de 8 años en Tecnología en áreas comerciales trabajando con soluciones de infraestructura, telecomunicaciones, soluciones cloud, servicios especializados de consultoría y proyectos de transformación digital en diversas industrias y compañías de Enterprise y Corporate.



## La administración holística de experiencia

Esta presentación abordará cómo beneficiar a la empresa mediante la gestión de experiencia conjunta entre colaboradores y clientes.

## PANEL DE DISCUSIÓN

### ¿Cómo mejorar la experiencia de compra en el punto de pago?

Todo customer journey tiene un momento crucial: el punto de pago. Durante muchos años consistió en un paso transaccional, donde los negocios daban por sentado su ejecución. Sin embargo, hoy el cliente espera mayores facilidades que vayan de acuerdo con la transformación digital de los negocios y una mejor experiencia de uso al momento de pagar. ¿Cómo lograrlo?



Pedro  
Ganoza

Online Payments  
Deputy Manager,  
Mercado Pago



Melissa  
Leo

Director Merchant  
Sales & Solutions,  
VISA Perú



Enrique  
Mejía Castillo

Chief Innovation Officer,  
Hermes



Sebastian  
Raposo

Director Comercial,  
Arisale



MODERADOR

Carlos Armando de la Flor  
CEO, Maria Almenara

**DÍA 1**  
MIÉRCOLES  
**14**  
**JUNIO**

**BLOQUE 3**



## **LOYALTY:** CONSTRUYENDO UNA ESTRATEGIA EFECTIVA

---

El consumidor de hoy está más empoderado que nunca. La enorme diversidad en la oferta de productos y servicios, impulsada por el crecimiento exponencial de los canales digitales, permite que los usuarios transiten con facilidad entre las diferentes marcas.

En ese contexto, la lealtad se convierte en un activo para las marcas cada vez más difícil de mantener. ¿Cómo se están trabajando las estrategias de loyalty más exitosas? En este bloque presentaremos algunos casos para entender cuáles son hoy las claves para generar lealtad en los usuarios.

## Loyalty en la Industria Retail: ¿cómo lograr una estrategia de fidelización exitosa?

Esta presentación abordará la visión de McKinsey & Company sobre la industria Retail en América

Latina y en Perú. Se profundizará en la importancia de Loyalty en el contexto macro actual post-pandemia y factores clave para diseñar una estrategia de fidelización exitosa junto a métricas de impacto.



## DIEGO TEITELBAUM

Senior Manager & Loyalty Leader for Spanish LatAm, McKinsey & Company

Senior Manager de McKinsey & Company Chile y líder de la línea de servicios de Loyalty para Hispanoamérica. En los últimos años ha acompañado a múltiples organizaciones en el (re)diseño, implementación y escalamiento de sus programas de fidelidad, entre ellos los principales retailers, bancos y aerolíneas de la región. Diego estudió economía empresarial en la Universidad Torcuato Di Tella (Argentina) y cuenta con un MBA de Columbia Business School en Nueva York (Estados Unidos).

## MARIANA BOTERO

Gerente General, Puntos Colombia

Cuenta con más de 15 años de experiencia, liderando estrategias de innovación y crecimiento, desde la óptica de la consultoría estratégica. En su experiencia laboral se destaca su paso en China, donde vivió durante seis años, tiempo que le permitió conocer de cerca el mundo del retail, trabajando para el Grupo Casino. Posterior a esto, y tras completar su MBA, regresó a Latinoamérica para unirse a la reconocida firma de consultoría McKinsey & Co., con la cual tuvo la oportunidad de pasar varios años en Brasil. Ha asumido grandes retos en su carrera y ha aportado al crecimiento de reconocidas empresas como Rocketmiles y en McKinsey & Co., en esta última lideró la práctica de mercadeo y ventas para la región y la línea de servicios de lealtad.



## Caso Loyalty Puntos Colombia De Programa a Plataforma de Lealtad

Cómo Puntos Colombia ha evolucionado de ser un programa de lealtad asociado al retail hacia una plataforma cotidiana que conecta en el día a día a las personas con sus marcas favoritas.

Caso Loyalty  
LATAM Pass  
Trayectoria y desafíos  
para consolidarse  
como el principal  
programa de lealtad  
de la región



## MARCELA MEJÍA TASCÓN

Gerente Senior Regional,  
LATAM Pass

Es Gerente Senior en LATAM Pass para la región. Con más de 10 años en LATAM Airlines, hoy es responsable de liderar todas las alianzas comerciales con instituciones financieras y no financieras del programa de lealtad para los países de habla hispana en donde LATAM tiene operación. Previo a este rol, se ha desempeñado en otras áreas de la compañía liderando los equipos de: Gestión Comercial, Estrategia de Canales, Venta Directa y LATAM Travel. Cuenta con más de 15 años de experiencia en la industria de retail y líneas aéreas. Es economista y administradora de empresas de la Universidad de Los Andes en Colombia y cuenta con un MBA en EAE Business School en España.

**DÍA 1**  
MIÉRCOLES  
**14**  
JUNIO

**BLOQUE 4**



# LA TRANSFORMACIÓN DE LA EMPRESA EN PERÚ: ¿CÓMO CONSTRUIR NEGOCIOS EN EL RETAIL?

---

Los desafíos para hacer empresa en Perú siempre han sido diversos: desde geográficos hasta regulatorios. Sin embargo, existen múltiples casos de éxitos que resultan necesarios resaltar para entender qué cosas se hicieron bien, y cómo trabajaron en aquellas ocasiones donde hubo errores.

En este bloque analizaremos a empresas que han tenido éxito en el Perú, conversaremos sobre algunos negocios que están reconvirtiendo sus espacios tradicionales de venta, y debatiremos sobre cómo enfrentar el eterno problema del país: la informalidad.

**Caso Puku Puku**  
Alzando vuelo.  
Branding,  
experiencia y cariño  
como impulsores  
del crecimiento

Puku Puku, una marca joven, día a día construye vínculos con consumidores a través del diseño de la experiencia, la obsesión por los detalles, la alegría de su equipo y la resiliencia frente a la adversidad de ser emprendedores.



## ANDREW MICHELL

Director - Fundador,  
Puku Puku

Emprendedor en industrias tradicionales como manufactura, agroindustria, hotelería e inmobiliaria. Disfruta enfocar su tiempo y energía en desarrollar e invertir en modelos de negocios disruptivos y conceptos de marca.

## RENZO GARIBALDI

Fundador, OSSO

Hablar de carne en el Perú, es hablar de Renzo Garibaldi.

Aprendiz de los mejores carniceros del mundo, hoy hace en Osso lo que más le apasiona: rendir culto a las prácticas artesanales sostenibles, los cortes de maduración perfecta y la salumería bien hecha. Hoy, de la mano de Renzo, Osso es un referente latinoamericano con presencia en Lima y São Paulo, y próximamente en Miami y Ciudad de México.



**Caso Osso**  
¿Cómo tocar carne?

Renzo Garibaldi revelará los secretos, errores y aciertos que lo llevaron a crear Osso, una de las carnicerías y restaurantes más relevantes de Latinoamérica. Este 2023, la marca celebra 10 años en el mercado con una visión de negocio muy particular: empezó como una carnicería y salumería artesanal, una propuesta que se extendió a su primer restaurante en Lima. Hoy, no solo se encuentra en São Paulo y está próxima a abrir en Miami y Ciudad de México, sino que la experiencia se ha extendido al mundo del retail sin perder su esencia.

**Caso La Ibérica**  
Construyendo una  
marca centenaria

Con 114 años en el mercado peruano, Fábrica de Chocolates ha atravesado todo tipo de desafíos para convertirse en líderes de su categoría en Perú. El desarrollo de nuestro canal retail nos ha permitido incrementar la disponibilidad en nuevos mercados y brindar al cliente una experiencia de compra diferente. En esta presentación contaremos cómo trabajamos en reconvertir nuestros espacios de venta, de qué forma afrontamos los efectos de la pandemia, y cómo logramos convertirnos en una marca con proyección internacional.



## CLAUDIA VIDAURRÁZAGA

Gerente de marketing,  
Fábrica de Chocolates La Ibérica

Administradora de empresas de la Universidad de Lima con un Diplomado en Gestión de Marketing en la Universidad de Tarapacá-Chile y un programa de especialización de Gerencia de marketing en ESAN. Con experiencia en los negocios de mercado masivo en embotelladoras de la marca Coca-Cola. Hace 23 años tuvo a cargo el liderazgo del crecimiento comercial en Fábrica de Chocolates La Ibérica, hoy responsable de la gerencia de marketing.

## PANEL DE DISCUSIÓN

### ¿Cuáles son los retos para los negocios en el 2023 y cómo afrontarlos?

Hacer negocios en el Perú presenta una serie de oportunidades y desafíos muy particulares debido a la coyuntura local del país. Sin embargo, las empresas peruanas han demostrado una característica en común a lo largo de los últimos años: resiliencia. ¿Cómo aplican hoy lo aprendido para enfrentar el futuro próximo? En este panel contaremos con la participación de empresas de diferentes tamaños y orígenes, quienes compartirán cuáles son sus principales drivers para continuar con su crecimiento en el Perú.



Renzo  
Garibaldi

Fundador, OSSO



Andrew  
Michell

Director - Fundador,  
Puku Puku



Claudia  
Vidaurázaga

Gerente de Marketing,  
Fábrica de Chocolates  
La ibérica



MODERADOR  
Bartolomé  
Ríos

Asesor y Director de Empresas,  
Chair de Vistage Perú

**DÍA 2**  
JUEVES  
**15**  
JUNIO

**BLOQUE 5**



# TECNOLOGÍA PARA EL RETAIL

## MENOS FRICCIONES Y MÁS CONVENIENCIA

El gran desafío este año para los retailers es lograr una mejor conveniencia para los usuarios al mismo tiempo que se generan eficiencias al interior de la operación. Según un estudio de PwC, un 43% de usuarios está dispuesto a pagar más a cambio de una mayor conveniencia al momento de comprar. Así, empiezan a surgir oportunidades en el uso de diferentes herramientas tecnológicas, como la Inteligencia Artificial, para simplificar los procesos de compra y consulta de los clientes, al mismo tiempo que agiliza los procesos operativos de las empresas.

En este bloque detallaremos qué herramientas ya se están utilizando para automatizar procesos y aumentar los márgenes del e-commerce.



# DOUG STEPHENS



Keynote speaker.  
Retail and consumer futurist.  
Author and Founder,  
Retail Prophet

Reconocido como uno de los principales futuristas sobre consumo y retail, y una de las personas más influyentes en el comercio minorista mundial.

Su libro más reciente, "Resurrecting Retail", es una hoja de ruta de cómo se transformará la industria del retail tras la pandemia, y cómo cambiarán los comportamientos minoristas y de los consumidores.

## Technologies Driving the Future of Retail

Desde las cadenas de suministro hasta la experiencia del cliente, la tecnología ha impregnado casi todos los aspectos del retail. La robótica, la IA, el metaverso y otras tecnologías avanzadas están evolucionando rápidamente, presentando a las marcas y retailers una serie de preguntas urgentes.

¿Cuáles de estas tecnologías son inversiones esenciales? ¿Cómo se utilizarán para crear valor? ¿Y cuáles son las oportunidades y los riesgos inherentes a cada uno?

Sus perspectivas únicas y proféticas han aparecido en The New York Times, TechCrunch, BBC, The Wall Street Journal, Forbes y Fast Company, entre otras, y han influido en marcas internacionales tan prestigiosas como Walmart, Google, Estée Lauder, BMW, Disney y LVMH.

Únase al renombrado futurista mundial, autor de bestsellers y asesor de Fortune 100, Doug Stephens, mientras brinda una visión de este nuevo futuro tecnológico y las tres preguntas que todas las marcas minoristas deberían hacerse al adoptarlo.

---

## Firechat



MODERADOR

**RODRIGO ISASI**

CEO, Delosi

## Dime qué compras y te diré quién eres

El conocimiento del comprador (shopper) es quizá uno de los principales activos que pueden generar los retailers para evolucionar las experiencias de compra en pro de negocios más rentables y sostenibles en el tiempo. Durante la presentación mostraremos a través de casos de éxito cómo la tecnología de ciencia de datos permite obtener un verdadero conocimiento del comprador y a partir de ahí ayudar a reducir las fricciones que pueden existir en el proceso de compra, juntando los esfuerzos tanto del retailer como de sus proveedores y partners estratégicos.



## ANDRÉS HERNÁNDEZ

Head of dunnhumby  
ANDEAN Region

Tiene más de 24 años de experiencia trabajando en empresas locales y multinacionales desarrollando procesos de transformación digital. Los últimos 10 años ha impulsado el desarrollo del marketing digital (trabajó en Google desarrollando grandes anunciantes en medios digitales) y actualmente lidera el equipo de dunnhumby en la región Andina con el objetivo de desarrollar las capacidades de la industria del Retail basadas la data y el conocimiento del shopper.

## ALEJANDRO PEREZ DE ROSSO

Socio, Bain & Company

Es socio de las prácticas de Consumo Masivo, Servicios Financieros y Organización y responsable de la oficina de Bain & Company en Argentina.

También tiene experiencia en Retail, Telecomunicaciones, Turismo, Manufactura y Energía. Con más de 15 años de experiencia en consultoría, ha trabajado para empresas líderes nacionales y multinacionales en Sudamérica, especialmente en Argentina, Perú, Colombia, Chile y Brasil, y también en Europa. Se enfoca principalmente en estrategia, transformación digital, go-to-market (GTM), excelencia comercial, mejora de operaciones, M&A y modelo operativo, incluyendo, organización, talento y Agile.

También apoya emprendedores e iniciativas pro-bono en sostenibilidad, educación y salud en Argentina.



## Aplicaciones de IA Generativa para el Retail

En este espacio hablaremos sobre qué es la IA Generativa y por qué hoy es un momento clave para el uso de estas tecnologías en los negocios.

Además, compartiremos casos de uso típicos y aplicaciones en el mundo del retail, y analizaremos las implicancias que tendrán para las empresas a futuro.

## Caso de éxito Transformando la experiencia 360° con tecnología e Innovación

En Sodimac y Maestro ponemos al cliente al centro de nuestras estrategias, apalancándonos de tecnología e innovación para mejorar su experiencia de compra 360°. En el Congreso Retail 2023 comentaremos cómo inspiramos a nuestros clientes desde nuestra web con asesores virtuales e información digital de productos. También discutiremos sobre cómo implementamos la georreferenciación en nuestras estrategias para impulso de tráfico a tiendas. Finalmente, conversaremos sobre los “trackers”: mediciones de tráfico y desplazamiento en tienda y su conexión con la exposición de los clientes a nuestras campañas.



## GABRIELA CHUQUIPIONDO

Gerente de Marketing y Business Intelligence, Sodimac y Maestro Perú

Administradora por la universidad Ricardo Palma. Cuenta con estudios de post grado en Marketing y Estrategias Comerciales. Tiene más de 19 años de experiencia en empresas transnacionales y un largo historial de reconocimientos en el sector Mejoramiento del Hogar y Consumo Masivo, en temas de branding, análisis de medios, relaciones públicas, imagen institucional, entre otros.

### PANEL DE DISCUSIÓN

## El roadmap de la digitalización en el retail

El uso de herramientas tecnológicas y la creciente aplicación de la automatización en los procesos operativos de las empresas plantea una serie de interrogantes: ¿Por dónde empezar? ¿Cuánto invertir? ¿Cómo saber el estado de madurez digital de mi negocio? En este panel conversaremos sobre los principales factores a tomar en cuenta al momento de apostar por una mayor transformación digital, y derrumbaremos algunos mitos alrededor del uso de nuevas tecnologías.



Andrés  
Hernández

Head of Dunhumby  
ANDEAN Region



Alejandro Perez  
de Rosso

Partner and Office Head,  
Bain & Company  
Argentina



Patricia  
Wissar

Vicepresidente de  
Tecnología de la Información,  
Intercorp Retail



MODERADOR

Lorena  
Ortiz de Zevallos

CEO, Tekton Labs

## Humanizando el servicio al cliente

Una atención al consumidor personalizada, humanizada y omnicanal se está convirtiendo en una de las claves más importantes en el retail para atraer nuevos clientes y mantener fieles a los que ya se tienen.



## GILBERTO GARZA

Vicepresidente Regional de Ventas,  
Zendesk LATAM

Se desempeña como Vicepresidente Regional de Ventas en mercados hispanohablantes y el Caribe en Zendesk. Es responsable de liderar e impulsar estrategias para que las empresas puedan solventar sus necesidades y capitalizar la oportunidad que esto representa. Tiene más de 30 años de experiencia liderando equipo de ventas, y el mismo número de años relacionado con el sector de la tecnología. Ha adquirido un gran conocimiento en el desarrollo y crecimiento de los negocios, implementando eficientes procesos de ventas, servicio y marketing a través de ofrecer las mejores experiencias al cliente, mediante el uso de software, la nube y la Inteligencia Artificial. Cuenta con estudios de Marketing por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

**DÍA 2**  
JUEVES  
**15**  
JUNIO

**BLOQUE 6**



## **LOGÍSTICA**

### LOS NUEVOS DESAFÍOS DE LA OMNISCANALIDAD Y LA LOGÍSTICA INVERSA

El crecimiento de la digitalización de los negocios no se detiene. Cada vez existe un portafolio más diverso de canales de venta y atención al cliente, lo que supone nuevos retos para las empresas del sector. Según un estudio de DHL del 2023, el 64% de las empresas en Perú experimentan retos para hacer frente a los cambios en las demandas de entrega. En esa línea, la operación logística debe ser capaz de mantener el mismo ritmo en toda la cadena de suministro.

En este bloque conversaremos sobre el rol de tecnologías como blockchain para mejorar el tracking de los productos, los aprendizajes y errores de la última milla en Perú, y en cómo trabajar en un servicio de postventa sin fricciones.



## DIEGO RODRÍGUEZ

Logistics and Industrial Practice Leader, AMI

Cuando las multinacionales no encuentran información en América Latina sobre sus clientes, ignoran el tamaño del mercado en el que operan o sus competidores están creciendo más rápido que ellos, soy el consultor al que acuden en busca de inteligencia de mercado para tomar decisiones estratégicas en la región. He asesorado a varias empresas Fortune 500 durante los últimos 13 años en diferentes países, particularmente en los segmentos de industria, logística, comercio electrónico y medios de pago, en más de 200 estudios en Colombia, Panamá, Argentina, Ecuador, Chile, México, Brasil y el Caribe desde 2010.

## SULIVAN ROCHA

Senior Analyst, AMI

Inició su vida profesional trabajando en la gestión de su empresa familiar, pasando por el área de inteligencia comercial de una fintech y ventas de una multinacional de telecomunicaciones. Tiene una formación técnica en negocios y gestión, una licenciatura en ingeniería de control y automatización, y una especialización en transformación digital. Sus áreas de enfoque incluyen el comercio electrónico y la logística. Antes de unirse a AMI, trabajó como analista de inteligencia comercial en EBANX y como gerente de cuentas en Lumen Technologies.



## Desde el almacén hasta la entrega: Las soluciones de IA para mejorar la eficiencia en la logística en América Latina

La inteligencia artificial (IA) se ha convertido en una tecnología transformadora a nivel global y el campo de la logística puede experimentar una revolución sin precedentes en América Latina, abriendo nuevas posibilidades en frentes diversos como la optimización de la cadena de suministros, el manejo de inventarios, la última milla y la huella de carbono.

## GONZALO BEGAZO

Co Founder & CEO, Chazki

CEO y Co-Fundador de Chazki. exGoogle, exIBM, exMicrosoft y exCFO Ajegroup. Emprendedor Endeavor y Young Global Leader del World Economic Forum. Inversionista ángel y Consejero de startups. Egresado de la Universidad del Pacífico y MBA de la Universidad de Cornell. Miembro del Patronato de la Universidad del Pacífico y del MIT Regional Entrepreneurship Acceleration Program Team Lima. Coleccionista de Quipus, chullos antiguos y mantas (llicllas) andinas.



## Tendencias Tecnológicas y el rol de la Inteligencia Artificial en la Logística

La Inteligencia Artificial (IA) es considerada el desarrollo tecnológico más importante para el futuro de las empresas, y la logística no es una excepción. IA está permitiendo a las empresas mejorar la eficiencia de los procesos, optimizar la cadena de suministro, mejorar la predicción de la demanda y la seguridad, y obtener ventajas competitivas. Revisaremos la evolución de la inteligencia artificial y los casos prácticos que están impactando la actividad logística para el comercio en el mundo.

## Logística Inversa. La próxima gran disrupción en el mercado latinoamericano



## IVÁN FRENCH

Fundador & CEO, Pickit

La presentación estará enfocada en describir la situación de la logística inversa actual en la región y en analizar las nuevas tendencias que auguran un significativo crecimiento en el mercado de este vertical. Se dará un pantallazo general de los oferentes de este servicio y los nuevos desarrollos que se estarán implementando en los próximos años.

Es el fundador y CEO de Pickit, compañía que ofrece un servicio logístico end to end mediante la incorporación de los sistemas PUDO en LATAM.

Previo a Pickit Ivan fue Vp de Grupo Biotoscana en donde participó activamente en la expansión de su compañía hasta su exit mediante IPO por USD \$800MM. Como GM de Uber, lanzó el producto en Argentina, Uruguay y Paraguay. Es médico de profesión especializado en emergencias pediátricas (con experiencia de campo en Médicos Sin Fronteras en África, Asia, Medio Oriente y Centro América) y completó su MBA en Harvard Business School (2012-2015).

## PANEL DE DISCUSIÓN

### Transformación logística: aprendizajes y errores para la operación del futuro

La operación logística de las compañías ha tenido que adaptarse de forma acelerada al crecimiento del e-commerce y las nuevas demandas en los tiempos de entrega por parte de los consumidores. En ese contexto, la transformación digital y la innovación han sido claves para no quedar rezagados en el intento de acompañar dicho proceso. Sin embargo, el camino no ha sido fácil y las empresas aún continúan en la búsqueda de mejorar sus cadenas logísticas. ¿Qué aprendizajes y errores han surgido en todo este tiempo, y hacia dónde se dirige el futuro de la logística?



Vanessa  
Chávez

Gerente de APP,  
Fazil



Álvaro  
Echeverría

CEO, Simpliroute



Ricardo  
Pinheiro

Gerente de Canales  
y Socio, HERE



Paula  
Runciman

Directora de Innovación  
y Omnicanalidad,  
Farmacias Peruanas,  
InkaFarma/MiFarma

MODERADOR  
Gonzalo Begazo

CEO & Co-founder,  
Chazki



# ALEJANDRO OSORES

Country Manager,  
falabella.com

Tiene 5 años en el grupo falabella, liderando Lineo y recientemente el nuevo falabella.com. Anteriormente trabajó en LATAM Airlines y Boston Consulting Group. Es ingeniero industrial en la Universidad de Lima y tiene un MBA de Kellogg School of Management.



## Falabella.com ¿por qué construir un marketplace en Perú?

En esta presentación hablaremos sobre las razones detrás de la creación de Falabella.com, los principales retos al momento de ponerlo en marcha, y las claves para lograr que un marketplace omnicanal funcione en Perú.

**DÍA 2**  
JUEVES  
**15**  
JUNIO

**BLOQUE 7**



# DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA

## INCORPORANDO LA SOSTENIBILIDAD EN EL NEGOCIO DEL RETAIL

Los planes a largo plazo en términos de sostenibilidad ya no son suficientes. Los consumidores hoy buscan empresas que respiren sostenibilidad a lo largo de toda la cadena de valor, y empiezan a castigar a las marcas que no muestran un compromiso real con dichos cambios. ¿Cómo dar el siguiente paso?

En este bloque contaremos con casos reales de empresas del sector retail que ya están transformando procesos clave de sus operaciones para alinearlos a objetivos sostenibles, al mismo tiempo que incluyen las políticas ESG en el core de sus negocios.

## CHRISTIAN COONE

CEO, Natura

Christian Coone es el actual gerente general de Natura y Avon en Perú. Asumió la gerencia general de la operación de Natura en Perú desde hace dos años y la de Avon Perú hace apenas un mes. Cuenta con 12 años de experiencia dentro de Natura y el grupo en el área de Finanzas para las operaciones de Argentina, Brasil y América Latina. Tiene el desafío de consolidar el liderazgo en el mercado de belleza y potenciar la venta directa, priorizando la digitalización del negocio, la expansión de las tiendas físicas y la capacitación para las más de 175 mil consultoras de belleza en el país.



**Caso Natura**  
El negocio al servicio de la sociedad y el planeta.  
No al contrario.

Nuestras perspectivas sobre la relación negocio, sociedad y naturaleza han evolucionado. Los negocios no existen sin la sociedad y la sociedad no existe sin el planeta, por eso proponemos una nueva lógica: reforzar la importancia del individuo en el mundo interdependiente y establecer un contexto más amplio e integrado de la sustentabilidad en los negocios.

ESCVDO y el poder transformador de la moda sostenible: una cadena de impactos positivos en Perú y el mundo

Exploraremos cómo la marca ESCVDO viene liderando una ola de lujo sostenible en la industria textil peruana e internacional a través de su enfoque en eco diseño y modelo circular. Analizaremos cómo ESCVDO ha logrado fusionar técnicas artesanales ancestrales con diseños vanguardistas y sostenibles, impulsando el crecimiento económico y social en las comunidades locales. Descubriremos el poder transformador de la moda sostenible y como puede desencadenar un impacto positivo a nivel local y global.



## CHIARA MACCHIAVELLO

Directora Creativa y Fundadora, ESCVDO (marca de lujo sostenible)

Diseñadora, artista, entrepreneur, empresaria y madre, fundó ESCVDO como una marca de lujo ético enfocada en revalorizar la tradición textil del Perú. Mientras crecía, estuvo en profundo contacto con Perú y las diferentes manifestaciones culturales que se pueden encontrar en su territorio. Basándose en esta conexión de toda la vida con los artesanos, ha trabajado para elevar el conocimiento téxtil único del país mientras promueve prácticas sostenibles y apoya a las comunidades locales. Como directora creativa de ESCVDO, lidera un equipo multidisciplinario y ha representado al Perú a nivel internacional con un modelo de negocios sustentable y como diseñadora contemporánea, enfocada en crear piezas bajo los más altos estándares de lujo y prácticas responsables.

## CONVERSATORIO

### Sostenibilidad en el Retail

Alcanzar estándares sostenibles en la industria retail es un objetivo al que todos los negocios hoy apuntan. Sin embargo, el camino no es sencillo. En este conversatorio compartiremos algunos aprendizajes y ejemplos sobre cómo incluir la sostenibilidad en los distintos procesos estratégicos y operativos de las empresas de este sector.



**Ximena del Pilar Bedoya**

Corporate Head of Sustainability, Parque Arauco



**Pedro Jose de Zavala**

CEO, La Calera



**Enrique Sarco**

Director de Sostenibilidad, Pamolsa



MODERADOR

**Julia Sobrevilla**

Directora de Imagen Institucional y Sostenibilidad, Centrum PUCP. Directora Independiente

## PEDRO COSTABAL

CEO, Wild Lama

Ingeniero comercial de la Universidad de los Andes con más de 10 años de experiencia en la creación, desarrollo y dirección de marcas con valor. Inició su carrera en el área de deportes de Cencosud comprando marcas locales y propias, para luego formar el departamento de marcas propias en Komax, donde creó cinco marcas diferentes que se comercializan en Chile, Perú y Uruguay. Actualmente socio en The Wild Brands, empresa fundada por jóvenes chilenos que ha revolucionado el mercado del retail y consumo masivo, mediante una propuesta agresiva y pionera en lo sustentable y saludable.



### Caso Wild Lama Sustentabilidad como base, personas y marketing digital: la clave del éxito

Cinco pilares de sustentabilidad; Orgánico, Reciclado, Fibras sustentables, Con causa y Comercio justo. Todo lo que se hace en Wild Lama se trabaja al menos bajo uno de estos pilares donde se buscan procesos sin tóxicos, reciclar plástico y redes de pesca, usar telas más nobles, aportar a distintas causas y dar condiciones justas a los productores.

Con la sustentabilidad como base, esta empresa posee un equipo de ecommerce y marketing digital de primer nivel capacitados en USA y Europa, lo que les permite crear marcas con fit local y posicionarlas a través de ecommerce con bajos costos de impresión. Lo que viene después es escalabilidad sin límites con información absoluta.

¿Qué los hace diferentes? La cultura Wild, un departamento de personas con foco puesto en conseguir los mejores talentos del mercado bajo la premisa de una labor con propósito, buen ambiente laboral y competitivo, capacitaciones, y un programa de beneficios sin precedentes en Latinoamérica; Stock options, vacaciones ilimitadas, cumple el sueño de tu vida, postnatal alargado para madres y padres entre otros.

# INFORMACIÓN GENERAL

## FECHA

Miércoles 14 y jueves 15 de junio, 2023

## LUGAR

The Westin Hotel & Convention Center  
( Calle Las Begonias 450, San Isidro - Lima )

## INCLUYE

- Interpretación simultánea (inglés/español).
- Kit de bienvenida.
- Almuerzo y coffee breaks.
- Presentaciones autorizadas por los expositores.
- 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
Regular · Congreso Completo	S/ 2,680.00	S/ 482.40	S/ 3,162.40
Asociado ACCEP	S/ 2,144.00	S/ 385.92	S/ 2,529.92
Corporativo	S/ 2,412.00	S/ 434.16	S/ 2,846.16
Suscriptores Anuales en SE <b>20% OFF</b>	<b>S/ 2,144.00</b>	<b>S/ 385.92</b>	<b>S/ 2,529.92</b>

Valor de inscripción incluye impuestos. Precios expresados en Soles.  
Precio Corporativo a partir de 03 inscritos. Descuentos no acumulable con otras promociones.

## 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 evento 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](mailto:informes@seminarium.pe)

Av. Enrique Canaval y Moreyra 340, Piso 13 - San Isidro

[seminarium.pe](http://seminarium.pe)