

23 / 24 ABRIL

THE WESTIN LIMA HOTEL



CAMP 2025

24° CONGRESO ANUAL DE MARKETING · PERÚ




SEMINARIUM®

andA

SPONSORS



ESCUELA
DE POSGRADO
ULIMA



Sociedad Peruana
de Marketing

MEDIA PARTNERS



PerúRetail®
LA WEB DEL RETAIL Y LOS CANALES COMERCIALES

PARTNERS ESTRATÉGICOS

América
economía

SEMANA económica

EL EVENTO DE MARKETING MÁS RELEVANTE Y DE MAYOR CONVOCATORIA EN EL PERÚ

CAMP permite conocer —a través de renombrados expositores internacionales y nacionales— las nuevas tendencias que están revolucionando la gestión de marketing, así como escuchar e interactuar con especialistas del área, que se han desempeñado con éxito en mercados competitivos.

Se presentarán diferentes estrategias de marketing y sus resultados a través de casos y lecciones aprendidas.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

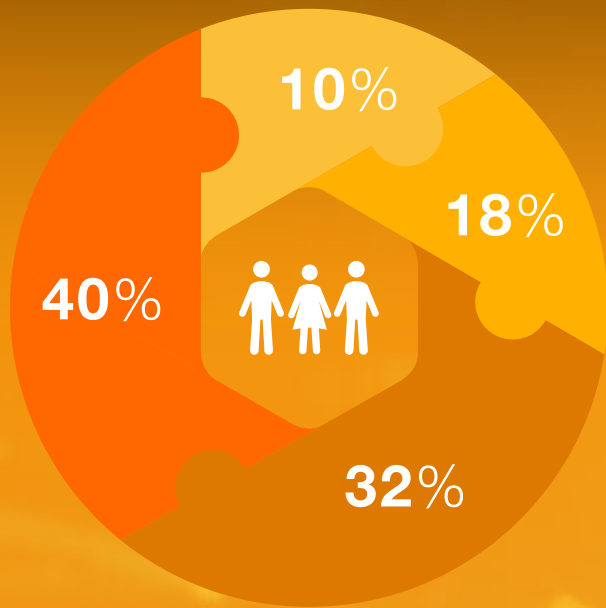
El evento está dirigido a ejecutivos de las áreas comerciales y de marketing, gerentes generales que buscan estar al día con las últimas tendencias de mercadotecnia, así como a consultores y académicos de la especialidad, y ejecutivos de agencias de medios, agencias de publicidad y medios de comunicación.

OBJETIVO

Es un espacio para compartir experiencias con otros ejecutivos que —como usted— buscan actualizarse en forma permanente, y conocer enfoques y perspectivas innovadoras e inspiradoras.



PERFIL DEL PARTICIPANTE



- Gerentes de área
- Sub gerentes y jefaturas
- Directores y gerentes generales
- Ejecutivos en general

COMITÉ COSULTIVO



ALVARO ROJAS

Vicepresidente de Marketing de consumo masivo e innovación, Alicorp / Presidente, Comité Consultivo 2025



ROLANDO ARELLANO

Director Ejecutivo, Arellano Consultoría para Crecer



EDURNE BENITO

Vice President, Digital Marketing & Loyalty, Intercorp Retail



FRANCESCA GOYTIZOLO

Gerente de Marketing, Entel Perú



JUAN PABLO KLINGENBERGER

Chief Commercial Officer (CCO), Laureate Education



GISELLA ROJO

Directora Ejecutiva, ANDA PERÚ



CARLOS CASTILLO

Gerente de Marketing y Sostenibilidad, NTT DATA Perú & Ecuador



KATIA RACHITOFF

Directora Asociada, Seminarium Perú

KEYNOTE SPEAKER •

AMERICUS REED



Keynote speaker /
Profesor de Marketing,
Wharton University



— UNA VISIÓN DISRUPTIVA: ESTRATEGIAS INNOVADORAS PARA INTEGRAR LA IA Y REDEFINIR EL ENGAGEMENT EN LA ERA DEL MARKETING MODERNO

Americus Reed es padre, profesor, investigador, emprendedor, speaker, angel investor, entusiasta del fitness, músico y un eterno estudiante de la vida. Obtuvo su doctorado en la University of Florida y sus títulos de maestría y licenciatura en Georgia State University. Es el Profesor de Marketing Whitney M. Young, Jr. en The Wharton School. Es reconocido por su especialización en identidad y branding, ha publicado en prestigiosas revistas académicas, colaborando regularmente con empresas líderes en estrategias de marketing.

Además, basándose en la investigación más avanzada realizada en The Wharton School y sus centros especializados en inteligencia artificial —interacción humano-tecnología, salud y bienestar, creatividad e innovación, educación, política, gobernanza y ética, y soluciones empresariales—, describe las mejores prácticas para optimizar la Inteligencia Artificial en el mercado.

Ha trabajado con marcas de renombre como Disney, Estee Lauder, Starbucks, Nike, Google y Microsoft para desarrollar estrategias de marca exitosas que fomenten la lealtad a la identidad.

• PONENCIAS •

The Right (And Wrong) Ways Deploy Artificial Intelligence (AI)

The New World Order of Marketing:
How Consumers Engage With Your Brand
and How You Have to Engage with Them

EJES TEMÁTICOS

1

COYUNTURA POLÍTICA, ECONÓMICA Y SOCIAL, Y SU IMPACTO EN EL MARKETING

En un contexto de recuperación económica, los marketers deben encontrar las herramientas para aprovechar mejor el escenario, ello en un año previo a elecciones. En el siguiente bloque, no solo conoceremos la situación actual de la economía peruana, sino también los puntos a tener en cuenta que deben tener los marketers en un contexto de elecciones.

En un entorno digital saturado, las marcas deben navegar por desafíos como la desinformación, la autenticidad de la comunicación y las crecientes expectativas de los consumidores.

Para mantenerse competitivas y leales, las marcas deben ser creativas, transparentes y auténticas, adaptándose rápidamente a las nuevas tecnologías y asegurando experiencias positivas y consistentes para sus clientes.

2

DESAFÍOS DE LA LEALTAD Y LA CONSTRUCCIÓN DE MARCA EN LA ERA DIGITAL

3

TRANSFORMANDO CLICS EN VENTAS: El poder de las redes sociales

En un mundo donde los consumidores son cada vez más digitales, las redes sociales han emergido como un canal clave, representando casi el 20% de las ventas de e-commerce. Dominar estas plataformas, que seguirán ganando relevancia, es esencial para conectar con los clientes, potenciar las ventas y adaptarse a las tendencias futuras.

Perú ha emergido como uno de los mercados digitales más grandes de la región en solo cuatro años, reflejando una tendencia global de crecimiento en el e-commerce. Aunque Lima lidera este avance, las provincias representan un mercado aún por desarrollar. El desafío es expandir la en las principales regiones del país y superar los retos pendientes para seguir alineados con esta evolución global.

4

LA OPORTUNIDAD LATENTE DEL E-COMMERCE

EJES TEMÁTICOS

La adopción de la inteligencia artificial está transformando profundamente el marketing. Sin embargo, implementar IA con éxito requiere una planificación cuidadosa. Este bloque abordará cómo integrar la IA en las estrategias de marketing de manera estructurada, cubriendo desde el desarrollo de nuevos productos hasta la optimización de precios y la personalización. Además, se explorará el manejo adecuado de datos, la automatización del marketing y la gestión del talento necesario para acompañar esta transformación digital.

5

**DE LA ESTRATEGIA
A LA ACCIÓN:**
Cómo la IA Revoluciona
el Marketing

6

**LA IA COMO MOTOR DE
PERSONALIZACIÓN Y
EXPERIENCIA DEL CLIENTE**

La inteligencia artificial está llevando la personalización a nuevas alturas, permitiendo una conexión más profunda con los clientes. En este bloque, se abordará cómo la IA puede transformar la experiencia del cliente (CX), desde la personalización hipersegmentada hasta la creación de interacciones fluidas y humanas. Además, se discutirá el impacto de agentes conversacionales y humanos digitales en la satisfacción del cliente, explorando casos de éxito que muestran cómo las empresas están aprovechando estas tecnologías para fidelizar a los consumidores.

Aunque la adopción de IA ofrece enormes ventajas, también presenta desafíos que deben ser superados para garantizar su éxito a largo plazo. Este bloque explorará los principales obstáculos, como la ciberseguridad, la falta de talento especializado y los problemas éticos relacionados con el uso de datos. La discusión se centrará en cómo las empresas pueden abordar estos retos para garantizar que la IA no solo sea una herramienta efectiva, sino también segura, ética y alineada con los valores de la organización.

7

**DESAFÍOS DE LA
ADOPCIÓN DE IA:**
Superando obstáculos
para el futuro

INFORMACIÓN GENERAL

FECHA

Miércoles 23 y jueves 24 de abril de 2025

LUGAR

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

INCLUYE

- Kit de bienvenida.
- Lunch y coffee breaks.
- Presentaciones autorizadas por los expositores.
- Certificado digital de participación emitido por Seminarium Perú y ANDA.

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	S/2,850.00	S/513.00	S/3,363.00
Compra anticipada (-1 mes del congreso)	S/2,565.00	S/461.70	S/3,026.70
Socio ANDA / Suscriptor Semana Económica	S/2,280.00	S/410.40	S/2,690.40
Corporativo (de 3 a + personas)	S/2,565.00	S/461.70	S/3,026.70

Valor de inscripción total 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

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