

22º Congreso Internacional



02 / 03 de julio

THE WESTIN LIMA HOTEL

Convirtiendo
desafíos en
crecimiento
sostenible.



SPONSOR PREMIUM



SPONSORS



TOSHIBA



MEDIA PARTNERS



PARTNER ESTRATÉGICO



En un entorno marcado por cambios acelerados en el consumo, la logística y la tecnología, los líderes del sector retail buscan una misma respuesta: ¿cómo lograr un crecimiento sostenible sin comprometer los modelos del negocio?

Crecer no es simplemente expandirse. Es hacerlo con eficiencia, solidez y en sintonía con un consumidor cada vez más informado, exigente y cambiante. Pero avanzar en esa dirección implica enfrentar desafíos concretos que ponen a prueba la capacidad de adaptación del sector: alta rotación de personal, barreras operativas para escalar y un contexto global volátil cuyas tensiones geopolíticas repercuten directamente en las operaciones locales.

En este congreso, nos enfocaremos en soluciones prácticas que conviertan los retos del sector en impulsores de crecimiento tangible. Analizaremos cómo alinear nuestro negocio con los valores del cliente, construir relaciones de confianza y diseñar experiencias que combinen lo mejor del entorno digital y físico. También exploraremos cómo incorporar tecnologías que impulsen la eficiencia y generen experiencias únicas, cómo lograr mayor visibilidad en toda la cadena de suministro y por qué la optimización de la última milla se ha convertido en una prioridad estratégica para el retail moderno.

Durante el congreso, expertos de la industria compartirán estrategias comprobadas y casos de éxito que te inspirarán a aplicar nuevas herramientas en tu negocio. Ya seas emprendedor, ejecutivo, gerente o dueño de una gran empresa, aquí encontrarás respuestas clave a las demandas más urgentes del rubro:

¿Cómo crecer sin comprometer la estabilidad del negocio? ¿Cómo expandirse a nuevos mercados sin perder identidad ni rentabilidad? ¿Cómo convertir barreras y obstáculos en impulsores de crecimiento sostenible?

Crecer de forma sostenible no significa evitar los desafíos, sino aprender a superarlos con estrategias inteligentes y visión a largo plazo.

Bienvenido al **22º Congreso Internacional de Retail**, un espacio donde el conocimiento se traduce en acción y donde cada reto se convierte en una oportunidad de éxito para liderar el futuro del sector.

MARTIN NEWMAN

Keynote speaker /
Consumer Champio
and Global CX Leader



Con más de 40 años de experiencia trabajando a la vanguardia de los sectores de retail, de comercio electrónico y de cara al consumidor, ha liderado iniciativas transformadoras para algunas de las marcas más emblemáticas del mundo, como Burberry, Harrods e Intersport. Se ha labrado una reputación como líder visionario que conecta a las empresas con sus clientes, impulsando un crecimiento sostenible mediante una atención al cliente inigualable.

Como asesor de confianza, ayuda a las empresas a enfocarse hacia una verdadera orientación al cliente, creando estrategias que se alinean con las necesidades y expectativas cambiantes de los consumidores modernos. Su trabajo abarca sectores como el comercio minorista, hospitalidad, servicios financieros y la automotriz, donde ha guiado a organizaciones para mejorar la fidelización de los clientes, la excelencia operativa y la reputación de marca.

Su pensamiento de liderazgo es ampliamente

reconocido en la comunidad empresarial. Sus libros más vendidos, como **El poder de la experiencia del cliente** y **100 maneras**

prácticas de mejorar la experiencia del cliente, ofrecen información práctica para que las empresas prosperen en un panorama cada vez más competitivo. Es presidente no ejecutivo de Scout Store, presidente de Customer Xperience Alliance, asesor del consejo de administración de Neve Jewels Group y Clearpay y fideicomisario de In Kind Direct.

Colabora con numerosas marcas reconocidas en diversas iniciativas para impulsar la atención al cliente, como The Tate, Sofology, The Perfume Shop, Toyota, Carnival Cruises, JTI y entre otras. También imparte un mini MBA en atención al cliente en el Oxford College of Leadership and Management y el Oxford College of Marketing, y es profesor visitante en la Escuela de Negocios de la Universidad de Strathclyde.

Con un compromiso inquebrantable con el cliente como prioridad, continúa moldeando el futuro del comercio, inspirando a las empresas a lograr resultados excepcionales centrándose en el factor más importante: el cliente.

• PONENCIAS •

The 10 New ROIS: Guarantee Sustainable Commercial Success

En esta interesante presentación, Martin desafía el modelo convencional de ROI y presenta diez nuevas métricas que realmente importan a los consumidores y generan valor duradero para las empresas. Alinearse con los valores del cliente, generar confianza y asumir la responsabilidad social para garantizar el éxito comercial. Descubra estrategias prácticas y ejemplos reales de marcas exitosas mientras Martin profundiza en cada uno de los 10 nuevos ROI.

Aprenda a transformar la mentalidad y las prácticas de su empresa, desde la interacción personalizada con el cliente hasta el aprovechamiento de información práctica para mejorar el rendimiento. Únase a Martin para reinventar el éxito con modelos centrados en el cliente que impulsan la fidelización, el crecimiento y el crecimiento sostenible.

Culture Eats Strategy for Breakfast: Winning The Hearts and minds of both colleagues and customers

Puedes tener la estrategia más atractiva en “papel”, pero si tienes una cultura deficiente, tu teoría no tendrá más que el valor del papel en el que está escrita. En esta presentación, Martin presentará ejemplos prácticos de empresas con excelentes culturas para ayudarte a planificar cómo mejorar la tuya, para que impulse el compromiso tanto con tus empleados como con tus clientes y construyas un negocio más sostenible y exitoso.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

El **22º 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.

• OBJETIVOS

Retail 2025 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 2025 le permitirá conocer e intercambiar ideas con otros participantes, que, como usted, también desean ampliar su red de contactos.

COMITÉ CONSULTIVO



MARIANA BECERRA

Directora Comercial, Marketing y nuevos negocios, Jockey Plaza / Boulevard de Asia



JOSÉ ANTONIO CONTRERAS

Gerente General, ACCEP



SERGIO CASARETTO

Director Comercial, Crepier



JIMENA CASO

Gerente Comercial, Mallplaza Perú



ERIKA WICHT

Consultora de Marketing con 20 años de experiencia en Retail y Centros Comerciales. Directora independiente



ARNOLD WU

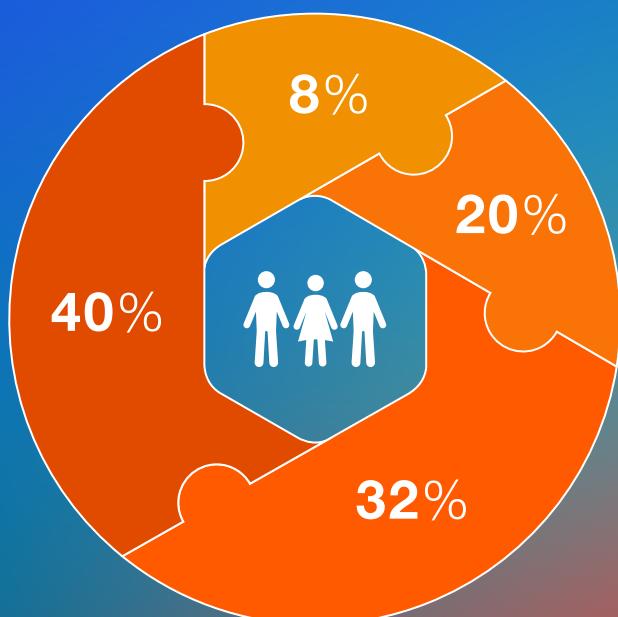
Presidente de Directorio, Wu Restaurantes (Pardos Chicken, MR Shao, Planet Chicken). Presidente de directorio, GW Yichang



KATIA RACHITOFF

Directora Asociada, Seminarium Perú

PERFIL POR NIVEL EJECUTIVO



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

• PERFIL POR ÁREA FUNCIONAL



ESTRUCTURA DEL EVENTO

Día 01 • Miércoles 2 de julio

SALA PLENARIA

SALAS PARALELAS

BLOQUE 1

RETAIL 2025:
ESCUENARIO ECONÓMICO, IMPACTO
POLÍTICO Y EVOLUCIÓN DEL SECTOR

COFFEE BREAK

BLOQUE 2

CRECIMIENTO COMERCIAL
SOSTENIBLE

LUNCH

BLOQUE 3

RETAIL INTELIGENTE: CÓMO LA IA Y LA
OMNICANALIDAD ESTÁN TRANSFORMANDO
LA EXPERIENCIA DE COMPRA

COFFEE BREAK

BLOQUE 4

PLATAFORMAS DIGITALES: HERRAMIENTA
CLAVE PARA PROFUNDIZAR EN LAS
RELACIONES CON LOS CONSUMIDORES

SALA PARALELA 1

DEL IMPACTO VISUAL A LA VENTA:
VISUAL MERCHANDISING QUE
IMPULSA RESULTADOS

SALA PARALELA 2

EXPANSIÓN Y CRECIMIENTO
DE NEGOCIO

Día 02 • Jueves 3 de julio

SALA PLENARIA

SALAS PARALELAS

BLOQUE 5

EL DESAFÍO DEL TALENTO
EN EL RETAIL

COFFEE BREAK

BLOQUE 6

GESTIÓN DE CRISIS: CLAVE PARA
LA CONFIANZA Y LA REPUTACIÓN

BLOQUE 7

DEL ORIGEN AL CLIENTE:
CADENA DE SUMINISTRO TRANSPARENTE
Y ÚLTIMA MILLA

LUNCH

BLOQUE 8

FORMATOS, CANALES E IRRUPCIÓN
DE NUEVOS JUGADORES

BLOQUE 9

PEQUEÑOS GIGANTES: LECCIONES
DE EMPRENDEDORES

SALA PARALELA 3

RETAIL MEDIA RELOADED:
EL FUTURO DE LA PUBLICIDAD EN
EL PUNTO DE VENTA

DÍA 01 · Miércoles 2 de julio

- 08:00 - 09:00 Welcome coffee
- 09:00 - 09:05 Presentación del Evento
Katia Rachitoff | Directora Asociada, Seminarium Perú
- 09:05 - 09:10 Palabras de Bienvenida y apertura evento
Carlos Neuhaus | Presidente, ACCEP

BLOQUE 1

RETAIL 2025: ESCENARIO ECONÓMICO, IMPACTO POLÍTICO Y EVOLUCIÓN DEL SECTOR

- 09:10 - 09:35 **El entorno de negocios en el Perú en un contexto electoral**
Ivan Portocarrero | Director de Análisis Sectorial, APOYO Consultoría
- 09:35 - 10:00 **Rumbo a las elecciones 2026**
Giulio Valz-Gen | Socio, 50+Uno Análisis Político y Estrategia
- 10:00 - 10:25 **The state of groceries**
Eduardo Rodríguez | Socio y Co-líder de la práctica de Retail para Hispanoamérica, McKinsey & Co.
Ryan Drassinower | Socio, McKinsey & Company en la oficina de Miami, Florida
- 10:25 - 11:00 **Panel de discusión**
Retail en transformación:
Desafíos y oportunidades
Expertos analizarán cómo la transformación económica y los cambios en el escenario global están impactando a América Latina y, en particular, a Perú. En un contexto de incertidumbre y adaptación, exploraremos los desafíos, riesgos y oportunidades que definirán el futuro del sector en el corto plazo.
José Antonio Iturriaga | Group CEO, Grupo EFE
Johanna Inti | CEO, NGR
Willard Manrique | CEO, Grupo Crosland
Modera
Mabel Huertas | Socia Directora, 50+
- 11:05 - 11:35 Break

BLOQUE 2

CRECIMIENTO COMERCIAL SOSTENIBLE

- 11:35 - 12:10 **The 10 New ROIS:**
Guarantee Sustainable Commercial Success
Martin Newman | Keynote speaker. Consumer Champion and Global CX Leader
- 12:10 - 12:20 **Firechat con Martin Newman**
Modera
Carlos Neuhaus | Presidente, ACCEP
- 12:20 - 12:40 **Caso Progresol**
Generando valor compartido con clientes
Gabriel Barrio | Gerente Comercial, UNACEM
- 12:40 - 13:00 **Caso Machu Picchu Foods**
Del Perú al mundo, como Machu Picchu Foods impulsa marcas globales de terceros a través de la innovación y la sostenibilidad
Fernando Guzmán | Commercial Director, Machu Picchu Foods
- 13:00 - 13:20 **Caso Pickadeli**
La importancia del branding con propósito para el crecimiento de una marca
Víctor Hugo de la Cruz | Founder & CEO, Pickadeli
- 13:25 - 14:25 Lunch

BLOQUE 3

RETAIL INTELIGENTE: CÓMO LA IA Y LA OMNICANALIDAD ESTÁN TRANSFORMANDO LA EXPERIENCIA DE COMPRA

- 14:25 - 14:55 **Innovación impulsada por datos e IA**
Renzo Casapía | Co-founder de LearnDat, Profesor de Hult y MIT PE
- 14:55 - 15:15 **Cómo hacer promociones más rentables con IA:**
Maximiza ventas y minimiza pérdidas
Rodrigo Córdova | Director de Soluciones para LATAM, RELEX Solutions
- 15:15 - 15:35 **Del CRM al Retail NextGen:**
De la recolección de datos a la vivencia de experiencias emotivas
Andrés Postigo Huanqui | Socio - Director, Insider Perú
Sebastián Bustamante Perea | Socio - Director, Insider Perú
- 15:35 - 15:55 **Centros comerciales como clave en la estrategia omnicanal del retail**
Christopher Banfield | Chief Innovation Officer, Mallplaza
Sebastián Schwerter | Director Omnicanal, Mallplaza
- 16:00 - 16:30 Break

BLOQUE 4

PLATAFORMAS DIGITALES: HERRAMIENTA CLAVE PARA PROFUNDIZAR EN LAS RELACIONES CON LOS CONSUMIDORES

- 16:30 - 16:55 **Del alcance a la conexión profunda con el consumidor:**
Cómo las marcas están creando vínculos reales con los consumidores
Adriana Pedraza | Market Leader, Burson Perú
- 16:55 - 17:25 **Panel de discusión**
Modo influencer:
El arte de crear comunidad (y ventas)
En un mundo donde las redes sociales definen tendencias, comportamientos y decisiones de compra, entender cómo conectar auténticamente con las audiencias es más crucial que nunca. Este panel reúne a reconocidos influencers que han logrado construir comunidades sólidas, generar alto nivel de interacción y mantener una presencia relevante en plataformas digitales. A través de su experiencia, exploraremos qué prácticas han sido clave para su crecimiento y qué pueden aprender de ellos las grandes marcas y retailers para adaptar sus estrategias, humanizar sus contenidos y generar mayor impacto en el entorno digital.
Diego Quiroz | Creador de contenido especializado en tecnología
Giacomo Bocchio | Chef tacneño y figura influyente de la cocina peruana
Flavio Galvez | Influencer empresarial con foco en finanzas, marketing y crecimiento profesional
Modera
Adriana Pedraza | Market Leader, Burson Perú
- 17:25 - 17:55 **Shoppertainment:**
The new era of Social Commerce on TikTok
Ángela Gómez Puerto | E-commerce & Digital Growth Leader | TikTok | Ex-Meta | Mentora Endeavor
- 17:55 - 18:00 Cierre del día

ESTOS HORARIOS PODRÍAN ESTAR SUJETOS A VARIACIÓN

DÍA 02 • Jueves 3 de julio

08:00 - 09:00 Welcome coffee
09:00 Apertura Día 2

BLOQUE 5

EL DESAFÍO DEL TALENTO EN EL RETAIL

09:00 - 09:25 Estudio **Transformando la incertidumbre en oportunidad**
Soledad Ruilópez | Human Capital Consulting Partner, Deloitte

09:25 - 09:55 **Culture Eats Strategy for Breakfast:**
Winning The Hearts and minds of both colleagues and customers
Martin Newman | Keynote speaker. Consumer Champion and Global CX Leader

09:55 - 10:20 **The Power of P:**
People!
Bettina Piñeiro | Sales humanist | Senior Retail & Sales Executive | Executive Coach |
Former Director at LVMH, Tiffany & Co. and current CH Carolina Herrera

10:20 - 10:55 **Panel de discusión**
¿Cómo retener al talento hoy?
En el sector retail, muchos líderes enfrentan un reto común: la alta rotación de personal, potenciada por los cambios culturales entre generaciones, el avance acelerado de la digitalización y la evolución constante en los valores y expectativas de los colaboradores. Esta realidad obliga a repensar los modelos tradicionales de liderazgo y a buscar nuevas formas de construir culturas organizacionales sólidas, inclusivas y comprometidas. En este panel, exploraremos cómo liderar en medio de esta transformación, cómo integrar la diversidad como motor de innovación y cómo conectar de forma auténtica con el talento de hoy.
Fernanda Giamberini | Vp Global de HR, MCK Hospitality
Bettina Piñeiro | Sales humanist | Senior Retail & Sales Executive | Executive Coach |
Former Director at LVMH, Tiffany & Co. and current CH Carolina Herrera
Fernando Soriano | CEO, CinePlanet

Modera
Arnold Wu | Presidente de Directorio, Wu Restaurantes (Pardos Chicken , MR Shao ,
Planet Chicken) | Presidente de directorio, GW Yichang

11:00 - 11:30 Break

BLOQUE 6

GESTIÓN DE CRISIS: CLAVE PARA LA CONFIANZA Y LA REPUTACIÓN

11:30 - 11:55 **De la viralización al control:**
Prepárate antes de ser (mala) noticia.
Giuliana Luján del Castillo | Directora de Comunicación Corporativa y de Marca, APOYO Comunicación

11:55 - 12:15 **Tu Score de Crisis**
Maria Katia Filomeno | VP de Innovación y Estrategia, APOYO Comunicación

BLOQUE 7

DEL ORIGEN AL CLIENTE: CADENA DE SUMINISTRO TRANSPARENTE Y ÚLTIMA MILLA

12:20 - 12:40 **Logística inteligente:**
Trazabilidad, sostenibilidad y el impacto de las políticas globales en la cadena de suministro
Iván Sánchez | Chief Operating Officer, Ransa Perú

12:40 - 13:00 **El futuro de la última milla:**
Tecnología, velocidad y confianza
Rafael Lira | Director de Estrategia para la región andina, Mercado Libre

13:05 - 14:05

BLOQUE 8

FORMATOS, CANALES E IRRUPCIÓN DE NUEVOS JUGADORES

14:05 - 14:30 **Estudio**
Chino, chino, chino:
Fiebre por lo asiático
Javier Álvarez | Trends Senior Director, Ipsos

14:30 - 14:50 **DBS Beauty Store y su Ingreso al mercado peruano**
Jaco Leopold | Co-Fundador y Director, Empresas DBS

BLOQUE 9

PEQUEÑOS GIGANTES: LECCIONES DE EMPRENDEDORES

14:55 - 15:10 **Pequeños gigantes:**
Cómo los nuevos emprendedores están revolucionando el marketing
Juan Carlos Villacorta | Co-fundador, Infomercado

15:10 - 15:45 **Panel de discusión**
Nueva ola de emprendedores
Emprendedores emergentes están revolucionando la forma de conectar con el consumidor, apoyándose en marcas personales auténticas, contenido con propósito y mucha creatividad sin miedo al error. En este panel, exploraremos qué pueden aprender las grandes y medianas empresas de su enfoque, su estrategia y qué claves pueden aplicar para adaptarse al consumidor moderno y construir marcas más humanas.
Stefano Ambrosini | Socio Fundador, Freh
Nicolás Majluf | Fundador y CEO, Unbranded Co
Alessandra Penny | Gerente General, Alessandra Penny Bakery

Modera
Juan Carlos Villacorta | Cofundador, Infomercado

15:45 - 16:05 **Caso Maras Gourmet**
Cómo construir una marca global desde una poza de sal
Francesco Canchari | Fundador, Maras Gourmet

16:05 - 16:15 José Antonio Contreras | Gerente General, ACCEP

ESTOS HORARIOS PODRÍAN ESTAR SUJETOS A VARIACIÓN

SALAS PARALELAS

DÍA 1 · Miércoles 2 de julio

SALA PARALELA 1

DEL IMPACTO VISUAL A LA VENTA: VISUAL MERCHANDISING QUE IMPULSA RESULTADOS

- 14:25 - 14:55 • **Del Impacto Visual a la Venta:**
Cómo el visual merchandising potencia resultados comerciales
Javier A. Vergara Molina | Fundador y Consultor en Visual Merchandising, VM Consulting LTDA

- 14:55 - 15:15 • **Más allá de la estética:**
Visual merchandising como motor de rentabilidad
Susana Castillo | Presidenta, Asociación Latinoamericana de Visual Merchandising

- 15:15 - 15:55 • **Conversa con los expertos**
Diseñando para vender
Verónica Saenz | Arquitecta Lumínica Directora, VSLD Estudio de Luz
Gisella Stiglich | Gerente Visual, Ripley
Alfredo Yong | Head of Experience & Innovation, Grupo Modulor

Modera
Maria Cecilia Velarde De Romaña | Presidenta, Asociación Latinoamericana de Visual Merchandising en Perú

- 16:00 - 16:30 • Break

SALA PARALELA 2

EXPANSIÓN Y CRECIMIENTO DE NEGOCIO

- 16:30 - 16:50 • **Del concepto al diseño estratégico y la implementación**
Alberto Alarcón | Director Asociado, Grupo GDB. Advisor en Distribución End to End

- 16:50 - 17:10 • **Caso Pancitos del Sur**
Crecimiento sostenible con alma artesanal y calidad no negociable:
Cómo escalar sin perder la esencia
Luis Enrique Raygada | Fundador, Pancitos del Sur

- 17:10 - 17:30 • **La franquicia como oportunidad de expansión**
Luis Kiser | Presidente, Front Consulting Perú

- 17:30 - 17:55 • **Un espacio para tus preguntas**
Franquiciar con éxito:

Lecciones reales y respuestas en vivo

Jose Luis del Valle | Country manager, Malva Perú / Scalpers Perú / Invicta Perú / Lilipink Perú
Daniel Manrique | Director General, Segundo Muelle
Nathaly Pflucker | Directora, Cámara Peruana de Franquicias

Modera
Luis Kiser | Presidente, Front Consulting Perú

SALAS PARALELAS

DÍA 2 · Jueves 3 de julio

SALA PARALELA 3

RETAIL MEDIA RELOADED: EL FUTURO DE LA PUBLICIDAD EN EL PUNTO DE VENTA

- 11:30 - 11:50 • **El boom de retail media:**
Contexto, cifras y desafíos
Pablo Ulloa Neglia | Regional Ecommerce & Retail Media Director, IPG Mediabrands

- 11:50 - 12:20 • **Jugando con ventaja:**
El poder de la data en Retail Media
José Alfredo Andrés | Head, Rappi Ads Perú

- 12:20 - 12:40 • **Retail Media:**
Creando campañas full funnel
Maria Paula Melo | Gerente de eCommerce y Retail Media, Unilever Andina

- 12:40 - 13:00 • **Retail Media como pieza clave en el ecosistema de Conecta Retail (La Curacao y Tiendas Efe)**
Robert Schuldt Galdos | Gerente General Conecta Retail (La Curacao y Tiendas Efe) / Director del Programa Internacional de Retail, Pacifico Business School

ESTOS HORARIOS PODRÍAN ESTAR SUJETOS A VARIACIÓN

MIÉRCOLES
02
JULIO

BLOQUE I

RETAIL 2025: ESCENARIO ECONÓMICO, IMPACTO POLÍTICO Y EVOLUCIÓN DEL SECTOR

Exploraremos el panorama económico a corto y mediano plazo, analizando las perspectivas de inversión en el sector retail, desde nuevos complejos comerciales hasta proyectos de expansión y tendencias de consumo que están moldeando el mercado.

Además, en un año marcado por la incertidumbre de la campaña preelectoral en nuestro país y un contexto internacional desafiante, donde las últimas decisiones políticas del gobierno de Estados Unidos juegan un papel clave, es fundamental evaluar cómo estos factores están impactando nuestra economía y transformando la industria del retail.

Identificar los desafíos y oportunidades del 2025 será crucial para definir estrategias sólidas y alineadas con las nuevas dinámicas del mercado.



El entorno de negocios en el Perú en un contexto electoral

La incertidumbre electoral y los desafíos del entorno internacional están redefiniendo las condiciones para hacer negocios en el país. En medio de este escenario, las familias peruanas avanzan en una recuperación tras años de deterioro en su capacidad de gasto. Esta evolución configura un entorno con nuevas oportunidades para el retail y los negocios vinculados al consumo.



IVÁN PORTOCARRERO

Director de Análisis Sectorial,
APOYO Consultoría

Es director de Análisis Sectorial del Servicio de Asesoría Empresarial (SAE).

Tiene experiencia como asesor de la Presidencia del Consejo de Ministros, de la Autoridad para la Reconstrucción con Cambios y como economista principal del Consejo Privado de Competitividad. Recientemente, trabajó en el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Economista de la Universidad del Pacífico y tiene una Maestría en Administración Pública en Columbia University.

GIULIO VALZ-GEN

Socio, 50+Uno Análisis Político y Estrategia

Abogado y analista político. Ha sido editor de las secciones Política, País, Nacional y Lima en el diario El Comercio. Columnista en temas de coyuntura en diversos medios. Asesor de empresas en temas de asuntos públicos. Previamente ejerció como abogado en temas empresariales y de arbitrajes. Cuenta con un máster en leyes por la Universiity College London (UCL).



Rumbo a las elecciones 2026

Cuarenta y tres partidos y cerca de 10,000 peruanos podrían competir por un puesto en el Ejecutivo o en las Cámaras de Senadores y Diputados en abril del 2026. Unos meses después, en octubre, elegiremos a casi 2000 alcaldes y 25 gobernadores.

El 26 será un año inédito y aquí explicamos cómo viene (y cómo buscar que la ansiedad no se interponga en los negocios).



EDUARDO RODRÍGUEZ

Socio y Co-líder de la práctica de Retail para Hispanoamérica, McKinsey & Company

Es Socio de McKinsey & Company en la oficina de Bogotá, donde co-lidera la práctica de Retail para Hispanoamérica, y también es uno de los líderes de la práctica de Consumo. Trabaja con empresas de retail y bienes de consumo en la región para alcanzar nuevos horizontes de crecimiento y eficiencia mediante el uso de la digitalización y el análisis de datos. Ha liderado transformaciones a gran escala para múltiples retailers de la región, diseñado estrategias de entrada al mercado para empresas de electrónica y alimentos, y elaborado el plan maestro para un negocio fintech enfocado en préstamos con múltiples productos y servicios. Además, ha definido el propósito corporativo y la estrategia de portafolio para empresas de bienes de consumo. Eduardo es coautor del informe "The state of grocery retail in Latin America", publicado por McKinsey en noviembre de 2024. Eduardo es ingeniero de producción por la Universidad Simón Bolívar en Venezuela y cuenta con un MBA de INSEAD, Francia.



RYAN DRASSINOWER

Socio, McKinsey & Company en la oficina de Miami, Florida

Con más de una década en la firma, forma parte de la práctica de consumo y asesora a compañías líderes del sector en estrategias de crecimiento, posicionamiento y rentabilidad.

Cuenta con una sólida experiencia en el desarrollo y gestión de marcas privadas, así como en procesos de transformación comercial para empresas orientadas al consumidor.

The State of Groceries

Esta presentación ofrecerá una visión integral sobre la evolución del sector de grocery retail, con un enfoque en las principales tendencias y cambios en el comportamiento del consumidor.

Se compartirán hallazgos clave a nivel Latinoamericano, complementados con un análisis específico del contexto local en Perú. La exposición buscará proporcionar una comprensión profunda de los desafíos y oportunidades actuales del mercado, basada en datos y estudios recientes.

PANEL DE DISCUSIÓN

Retail en transformación: Desafíos y oportunidades

Expertos analizarán cómo la transformación económica y los cambios en el escenario global están impactando a América Latina y, en particular, a Perú. En un contexto de incertidumbre y adaptación, exploraremos los desafíos, riesgos y oportunidades que definirán el futuro del sector en el corto plazo.



**JOSÉ ANTONIO
ITURRIAGA**

Group CEO, Grupo EFE



**JOHANNA
INTI**

CEO, NGR



**WILLARD
MANRIQUE**

CEO, Grupo Crosland

MODERA

**MABEL
HUERTAS**

Socia Directora, 50+1



MIÉRCOLES
02
JULIO

BLOQUE II

CRECIMIENTO COMERCIAL SOSTENIBLE

Todos los que trabajamos en el sector retail buscamos formas sostenibles de hacer crecer nuestros negocios. Pero, ¿cómo generar un valor duradero para las empresas sin comprometer el modelo de negocio?

En este bloque, exploraremos estrategias clave para lograrlo: desde alinear el negocio con los valores del cliente y construir confianza, hasta aprovechar información procesable para mejorar el rendimiento y adoptar la responsabilidad social como pilar fundamental. Todo ello con un objetivo claro: garantizar el éxito comercial a largo plazo.



Caso Progresol Generando valor compartido con clientes

Se contará sobre la estrategia de la red de ferreterías Progresol en la que, en una relación de valor compartido, se busca garantizar el crecimiento sostenible y rentable de la red, desarrollar relaciones comerciales de largo plazo, fomentar la formalización, la ética y la libre competencia.



GABRIEL BARRIO

Gerente Comercial,
UNACEM

Licenciado de la carrera de Administración de Empresas por la Universidad de Lima. Cuenta con un International MBA de la IAE Business School (Buenos Aires, Argentina) y la ESSEC Business School (París, Francia). Tiene una experiencia de más de 20 años como ejecutivo de marketing y ventas.

FERNANDO GUZMÁN

Director Comercial,
Machu Picchu Foods

Es Director comercial de Machu Picchu Foods, cuenta con más de 15 años de experiencia liderando estrategias de crecimiento e innovación en la industria global de chocolates y confitería.

Posee un MBA de Insead en Singapur, Maestría de Marketing por EADA/Centrum y 3 carreras profesionales de Economía, Matemática pura y Negocios por Boston University , lo cual respalda su expertise en soluciones de marca privada y alianzas estratégicas internacionales.



Caso Machu Picchu Foods

Del Perú al mundo, como Machu Picchu Foods impulsa marcas globales de terceros a través de la innovación y la sostenibilidad

En esta ponencia conocerán cómo Machu Picchu Foods se ha consolidado como un aliado clave en el desarrollo de marcas globales bajo esquemas de marca privada. Exploraremos nuestro modelo basado en innovación, sostenibilidad y adaptación a las tendencias del consumidor. Mostraremos cómo, desde el cacao peruano, hemos llevado productos diferenciados a los principales mercados del mundo. Una historia de crecimiento construida en colaboración.

Caso Pickadeli

La importancia del branding con propósito para el crecimiento de una marca

Exploraremos cómo un branding consciente, centrado en el propósito y adaptado al usuario, puede ser un motor de crecimiento para cualquier negocio. Analizaremos barreras comunes, la importancia de la adaptabilidad y el rol de la tecnología en construir marcas relevantes y duraderas.



VÍCTOR HUGO DE LA CRUZ

Founder & CEO,
Pickadeli

Empresario y emprendedor apasionado por el marketing, la creatividad y el poder de las marcas con propósito. Fundador de Pickadeli, una marca que inspira a vivir mejor, con enfoque en innovación, conciencia social y bienestar.

MIÉRCOLES
02
JULIO

BLOQUE III

RETAIL INTELIGENTE: CÓMO LA IA Y LA OMNICANALIDAD ESTÁN TRANSFORMANDO LA EXPERIENCIA DE COMPRA

La inteligencia artificial está transformando la forma de comprar, con recomendaciones hiper personalizadas, chatbots y gestión en tiempo real de precios e inventarios. Aunque lo digital avanza, la tienda física sigue siendo relevante, impulsando modelos híbridos que combinan lo mejor de ambos mundos. Para responder a las expectativas del consumidor actual, las marcas deben ofrecer transiciones fluidas entre canales, apoyadas en tecnología que permita localizar productos, personalizar promociones y optimizar cada punto de contacto.

La combinación de personalización, experiencia y omnicanalidad no solo responde a las expectativas del consumidor moderno, sino que redefine la forma en que se construye la fidelización y el valor a largo plazo en el retail.



Innovación impulsada por datos e IA

Desmitifica Data e Inteligencia Artificial (IA) a través de historias, imágenes y casos de negocio que hacen de la tecnología algo más cercano y de alto impacto. Renzo hablará sobre cómo nuestras empresas pueden crear una cultura de innovación a través de la experimentación y el uso intensivo de datos y de IA en ámbitos del negocio y relaciones con clientes.



RENZO CASAPIÁ

Co-founder, LearnDat / Profesor, Hult y MIT PE

Ha ocupado roles ejecutivos en IBM Canada National Geographic Learning y Coursera, la plataforma de e-learning más grande del mundo. Es además Profesor de Transformación en MIT Professional Education y colaborador frecuente de Forbes y Expansión en temas de Innovación y Liderazgo con Data e Inteligencia Artificial.

RODRIGO CÓRDOVA

Director de Soluciones para LATAM, RELEX Solutions

Experto chileno con más de 20 años de experiencia en retail y actual director de soluciones para América Latina en RELEX Solutions. Ingeniero de formación, se especializa en optimizar cadenas de suministro y procesos de pronóstico y reabastecimiento, con experiencia en empresas como Walmart Chile, PreUnic y Supermercados Líder.

Ha liderado la implementación de soluciones avanzadas en supermercados, farmacias y retailers de mejoramiento del hogar en toda Latinoamérica. Además, asesora a empresas en el uso de inteligencia artificial y machine learning para enfrentar sus desafíos actuales y futuros.



Cómo hacer promociones más rentables con IA: Maximiza ventas y minimiza pérdidas

Las promociones pueden ser un arma de doble filo: impulsan ventas, pero si no se gestionan bien, erosionan márgenes y generan desperdicio. ¿Cómo asegurarte de que cada descuento o campaña promocional realmente impulse la rentabilidad?

En esta sesión, descubre cómo la Inteligencia Artificial está revolucionando la forma en que los retailers planifican, ejecutan y optimizan sus promociones. Exploraremos cómo el análisis predictivo y la automatización pueden convertir tus promociones en una máquina de crecimiento rentable.



ANDRÉS POSTIGO HUANQUI

Socio - Director Insider Perú

Ingeniero Industrial y de Sistemas, experto en investigación de mercados y consultoría de negocios. Es socio y director de proyectos en ASAND Partners, destacada consultora de excelencia operacional, y asociado en Aurum, una de las principales empresas de investigación de mercados en Perú. Está involucrado en diversos proyectos de inteligencia artificial a través de su trabajo en la data tech Superdatados y por su rol como Director de Growth en Insider Perú, empresa representante de la plataforma de Growth Marketing impulsada por inteligencia artificial, Insider. Ha sido miembro el directorio de Semana Económica y otras empresas.



SEBASTIÁN BUSTAMANTE PEREA

Socio - Director, Insider Perú

Ingeniero Industrial y de Sistemas, experto en gestión de categorías e investigación de mercado. Actualmente, es socio y Director en Insider Perú, representante exclusivo en Perú del Software de Growth Marketing y gestión de datos de clientes impulsado por IA, líder a nivel mundial en personalización y omnicanalidad: Insider. Asimismo, es asociado en Aurum Consultoría y Mercado, una de las principales empresas de investigación de mercados y management consulting de Perú; y socio en Asand Partners, consultora boutique en consultoría de implementación de transformación digital y excelencia operacional. Por otro lado, es director de transformación digital para Semana Económica y cofundador del data tech Superdatados.

Del CRM al Retail NextGen: De la recolección de datos a la vivencia de experiencias emotivas

La forma en que los consumidores interactúan con las marcas ha evolucionado significativamente. Un CRM ya no es suficiente para comprender y conectar con los clientes de manera efectiva. Pese a que este facilita la recolección de datos, no ofrece la visión integral necesaria para comprender las motivaciones, comportamientos y necesidades de los consumidores de manera holística.

Por otro lado, los silos de información en una misma organización siguen siendo un obstáculo crítico, que dificultan una visión unificada del cliente. Para superar estas barreras y ofrecer experiencias verdaderamente relevantes, surgieron los CDxP (Customer Data Platform Experience), que integran y centralizan los datos del cliente, proporcionando una base sólida para implementar estrategias de omnicanalidad y opticanalidad.

Este enfoque permite a las marcas interactuar con los clientes de manera fluida, personalizando cada punto de contacto a través de diversos canales y ofreciendo una experiencia consistente y emocionalmente atractiva.



CHRISTOPHER BANFIELD

Chief Innovation Officer,
Mallplaza

Más de 15 años de experiencia en múltiples industrias con focos en Start-ups, consultoría internacional en Estrategia y ejecutivo corporativo. Actual CIO (Chief Innovation Officer) en el grupo Mallplaza con expertise en Innovación, nuevos negocios, omnicanalidad y estrategia de crecimiento acelerado. Anteriormente ha trabajado en empresas como FREENOW (BEAT) Gerente General Chile, Accenture Gerente de Strategy Consulting.



SEBASTIÁN SCHWERTER

Director Omnicanal,
Mallplaza

Más de 9 años de experiencia en la industria retail, liderando la transformación digital, excelencia operacional y la estrategia omnicanal. Actual Director Full Omnichannel Solution en Mallplaza, con expertise en omnicanalidad, gestión de operaciones, logística, e-commerce y proyectos estratégicos. Anteriormente estuvo en Falabella Retail como Gerente de Operaciones Regionales. IE Business School (MBA).

Centros comerciales como clave en la estrategia omnicanal del retail

Ante el auge del retail omnicanal, los centros comerciales se posicionan como puntos estratégicos indispensables. Facilitan la logística y última milla, conectando eficientemente lo físico con lo digital.

Son clave para enriquecer la experiencia del cliente y evolucionan hacia centros de distribución urbanos. Esta charla explorará su rol transformador en el futuro del retail.

MIÉRCOLES
02
JULIO

BLOQUE IV

PLATAFORMAS DIGITALES: HERRAMIENTA CLAVE PARA PROFUNDIZAR EN LAS RELACIONES CON LOS CONSUMIDORES

Las plataformas digitales se han convertido en una herramienta clave para fortalecer la relación entre marcas y consumidores, transformando tanto el retail físico como el online. Redes sociales como Tik Tok e Instagram no solo influyen en las decisiones de compra, sino que están redefiniendo el comercio digital.

Para la Generación Z, una reseña en vivo tiene más credibilidad que un anuncio tradicional, impulsando el auge del comercio social y consolidando a TikTok como un nuevo motor de búsqueda. En este contexto, el m-commerce sigue en ascenso, representando un gran porcentaje de las ventas totales de ecommerce.



Del alcance a la conexión profunda con el consumidor: Cómo las marcas están creando vínculos reales con los consumidores

Vivimos en una era donde las marcas ya no solo compiten por vender, sino por conectar. En ese sentido, las plataformas han transformado la relación con los consumidores. El reto ya no es solo estar presentes sino ser relevantes, auténticos y cercanos. Por ello, se enfocará en los tres aspectos más relevantes:

- Relación marca - consumidor: convierte consumidores en promotores
- Contenido: inversión creativa que convierte
- Influencers: de la visibilidad a la confianza



ADRIANA PEDRAZA

Market Leader, Burson Perú

Actual Market Leader de Burson Perú y cuenta con más de 17 años de experiencia, es comunicadora social y periodista graduada de la Universidad de La Sabana, con posgrado en Comunicación Organizacional por la Pontificia Universidad Javeriana. Se ha desempeñado como responsable y consultora en comunicación estratégica en Burson y en organizaciones de diversos sectores como: energía, tecnología, transporte aéreo, consumo masivo e instituciones de gobierno. Durante su carrera, se ha especializado en la gestión de reputación, así como en el desarrollo y ejecución de estrategias de relaciones públicas, comunicación corporativa y consultoría bajo un enfoque sostenible (ESG), aportando valor a las principales marcas en el mercado latinoamericano.

Pedraza fue directora de varias campañas que han sido reconocidas por los principales premios en la industria como los Effie, donde lideró al equipo ganador de un Effie de Oro y dos de Plata en el 2023 por su trabajo con The Coca-Cola Company y su marca Inca Kola. De igual forma, dirigió al equipo que ganó los prestigiosos SABRE Awards otorgados por PRovoke Media, por las campañas 'Rock in Río con Ford Perú', en la categoría de Influencer Marketing (2020 - SABRE Latinoamérica); y 'Tecnologías para la Construcción de la Paz con Microsoft Colombia', que recibió el SABRE Award Global y el reconocimiento a la mejor campaña de relaciones públicas en Latinoamérica en el 2015.

PANEL DE DISCUSIÓN

Modo influencer: El arte de crear comunidad (y ventas)

En un mundo donde las redes sociales definen tendencias, comportamientos y decisiones de compra, entender cómo conectar auténticamente con las audiencias es más crucial que nunca.

Este panel reúne a reconocidos influencers que han logrado construir comunidades sólidas, generar alto nivel de interacción y mantener una presencia relevante en plataformas digitales. A través de su experiencia, exploraremos qué prácticas han sido clave para su crecimiento y qué pueden aprender de ellos las grandes marcas y retailers para adaptar sus estrategias, humanizar sus contenidos y generar mayor impacto en el entorno digital.



**DIEGO
QUIROZ**

Creador de contenido especializado en tecnología



**GIACOMO
BOCCHIO**

Chef tacneño y figura influyente de la cocina peruana



**FLAVIO
GALVEZ**

Influencer empresarial con foco en finanzas, marketing y crecimiento profesional

MODERA

**ADRIANA
PEDRAZA**

Market Leader, Burson Perú



Shoppertainment: The new era of Social Commerce on TikTok

TikTok está revolucionando la forma en que las marcas se conectan con sus audiencias, dando paso a una nueva era donde el entretenimiento impulsa las decisiones de compra. El shoppertainment combina contenido auténtico, creadores influyentes y tecnología para transformar la experiencia de compra en algo inspirador y accionable. Desde "TikTok made me buy it" hasta estrategias que convierten views en ventas, esta charla revela cómo el social commerce está evolucionando y cómo las marcas pueden ser parte activa de esa transformación.



ÁNGELA GÓMEZ PUERTO

E-commerce & Digital Growth Leader | TikTok | Ex-Meta | Mentora Endeavor

Cuenta con más de 15 años de experiencia liderando estrategias de crecimiento, marketing digital y transformación comercial en empresas como Meta y actualmente en TikTok, donde se desempeña como Líder de Soluciones para marcas. Es Ingeniera Industrial con un Máster en Emprendimiento e Innovación, y mentora en Endeavor, donde acompaña a startups en su camino de escalabilidad y liderazgo en entornos digitales.

JUEVES
03
JULIO

BLOQUE V

EL DESAFÍO DEL TALENTO EN EL RETAIL

Uno de los grandes desafíos del sector retail sigue siendo la alta rotación de personal, impulsada por diversos factores como entornos altamente digitalizados, cambios en las motivaciones laborales y nuevas dinámicas culturales, sobre todo, en las generaciones más jóvenes. Ante esta realidad, los retailers enfrentan el reto de desarrollar estrategias efectivas para la retención y motivación de sus equipos, no solo en grandes empresas, sino también en medianas y pequeñas.

¿Cómo generar un verdadero sentido de pertenencia, compromiso y lealtad en nuestros colaboradores? Los líderes del sector deben priorizar la construcción de culturas organizacionales sólidas, donde la motivación del talento humano sea un pilar clave, ya que un equipo comprometido es fundamental para ofrecer una experiencia integral y diferenciadora en el retail.



Transformando la incertidumbre en oportunidad

Cuando estamos rodeados de incertidumbre, puede ser tentador ralentizar nuestra toma de decisiones y adoptar un enfoque de esperar y ver. Pero,

¿qué sucede cuando el mundo se mueve y cambia tan rápido que la decisión de no tomar una decisión en realidad nos pone en desventaja? Esta presentación nos dará una guía de lo que probablemente se espere de las decisiones que deben tomar los líderes en un futuro próximo.



SOLEDAD RUILÓPEZ

Human Capital Consulting Partner,
Deloitte

Con más de 20 años de experiencia, ha trabajado con distintos clientes en múltiples industrias locales y multinacionales, asesorándolos en proyectos de transformación a través de la revisión de sus modelos organizativos y apoyando a sus colaboradores en su transición hacia el futuro del trabajo. Es Socia de Capital Humano y Líder de Talento para Consultoría de Deloitte Spanish Latin America. También forma parte del Board de Administración de la Firma.

BETTINA PIÑEIRO

Sales humanist | Senior Retail & Sales Executive | Executive Coach | Former Director at LVMH, Tiffany & Co. and current CH Carolina Herrera

Bettina es de las Personas. Optimista y eterna aprendiz. Consciente, desde niña, qué significa la vida en movimiento y adaptación continua. Hija de emigrantes Gallegos, en Dusseldorf, descubre que todo en la Vida sucede en los detalles, la conexión y la venta. Su vocación en Retail arranca cada día desde hace 25 años y tiene claro que ella es La Humanista de las Ventas.



The Power of P: Personas!

Humanista de las ventas es la frase que define a Bettina. Ella nos comparte sus hitos en su carrera en RETAIL, dentro del sector del lujo y cómo a través de las personas logra en las compañías TAG Heuer, Tiffany & Co. y CH Carolina Herrera alcanzar sus objetivos: Excelencia y Rentabilidad.

PANEL DE DISCUSIÓN

¿Cómo retener al talento hoy?

En el sector retail, muchos líderes enfrentan un reto común: la alta rotación de personal, potenciada por los cambios culturales entre generaciones, el avance acelerado de la digitalización y la evolución constante en los valores y expectativas de los colaboradores. Esta realidad obliga a repensar los modelos tradicionales de liderazgo y a buscar nuevas formas de construir culturas organizacionales sólidas, inclusivas y comprometidas. En este panel, exploraremos cómo liderar en medio de esta transformación, cómo integrar la diversidad como motor de innovación y cómo conectar de forma auténtica con el talento de hoy.



**FERNANDA
GIAMBERINI**

Vp Global de HR,
MCK Hospitality



**BETTINA
PIÑEIRO**

Sales humanist | Senior Retail & Sales Executive |
Executive Coach | Former Director,
LVMH, Tiffany & Co. and current
CH Carolina Herrera



**FERNANDO
SORIANO**

CEO, CinePlanet

MODERA
**ARNOLD
WU**

Presidente de Directorio, Wu Restaurantes
(Pardos Chicken, MR Shao, Planet Chicken) /
Presidente de directorio, GW Yichang



JUEVES
03
JULIO

BLOQUE VI

GESTIÓN DE CRISIS: CLAVE PARA LA CONFIANZA Y LA REPUTACIÓN

La capacidad de gestionar y responder eficazmente a una crisis es fundamental para proteger la reputación de la marca y garantizar la confianza del consumidor. Una respuesta rápida, transparente y bien estructurada puede marcar la diferencia entre una recuperación efectiva y un daño prolongado a la imagen del negocio.

Además, contar con planes de prevención y protocolos de seguridad adecuados no solo minimiza riesgos, sino que también refuerza el compromiso de la empresa con la seguridad y el bienestar de sus clientes y colaboradores.



De la viralización al control: prepárate antes de ser (mala) noticia

En un entorno donde una mala interacción puede volverse viral en segundos, la gestión de crisis en retail es más estratégica que nunca.

En este bloque ofreceremos un enfoque práctico para anticiparse, actuar y reconstruir confianza frente a escenarios críticos. A partir de una mirada multi stakeholder, exploraremos cómo mapear riesgos, usar IA para simular escenarios, y activar planes de acción efectivos por canal y audiencia.



GIULIANA LUJÁN DEL CASTILLO

Directora de Comunicación Corporativa y de Marca, APOYO Comunicación

Licenciada en Relaciones Públicas y Publicidad de la Universidad San Martín de Porres, con diplomados en Comunicación Corporativa y Desarrollo Sostenible de la Universidad de Piura y Creative Marketing de la Toulouse Lautrec.

Cuenta con más de 18 años de experiencia en el mundo del PR, Giuliana ha desarrollado estrategias de comunicación y gestión de crisis para sectores como retail, consumo masivo, minería, entre otros. Ha trabajado con marcas como Sodimac, Maestro, Nestlé, cbc Perú, Lego, etc. Varias de las campañas que ha liderado han sido reconocidas con premios EFFIES, ANDA, entre otros.

Actualmente, en APOYO Comunicación, lidera estrategias de comunicación corporativa y de marca, con enfoque en retail y consumo masivo.

MARIA KATIA FILOMENO

VP de Innovación y Estrategia,
APOYO Comunicación

Con más de 15 años de experiencia, María Katia integra metodologías cualitativas y análisis de datos para fortalecer estrategias de comunicación y sistemas de medición de resultados. Es psicóloga social por la PUCP con maestría en marketing del TEC de Monterrey.



Tu Score de Crisis

Se hará una dinámica interactiva para medir el nivel de preparación de los asistentes de crisis en tres ámbitos y se irán proyectando y comentando los resultados para que tengan el bench.

En APOYO Comunicación lidera la vicepresidencia de estrategia e innovación, realizando investigaciones, planeamientos y tableros de gestión de comunicación para empresas de consumo masivo, retail, servicios financieros, minería, energía, entre otras.

JUEVES
03
JULIO

BLOQUE VII

DEL ORIGEN AL CLIENTE: CADENA DE SUMINISTRO TRANSPARENTE Y ÚLTIMA MILLA

La transparencia en la cadena de suministro se ha vuelto una ventaja competitiva esencial, al fortalecer la confianza del consumidor y optimizar procesos internos. Según KPMG, una mayor visibilidad permite detectar riesgos, mejorar la productividad y fortalecer relaciones con proveedores.

Esta transformación está impulsada por tecnologías como la inteligencia artificial, que aumentan la eficiencia y precisión operativa. Al mismo tiempo, la evolución del comercio electrónico ha elevado las expectativas del cliente, especialmente en términos de rapidez y costo de entrega. La logística de última milla se ha convertido en una prioridad estratégica: envíos gratuitos y entregas rápidas son hoy factores decisivos.

Los retailers que integren innovación, eficiencia logística y transparencia estarán mejor posicionados para liderar en este entorno competitivo.



Logística inteligente: Trazabilidad, sostenibilidad y el impacto de las políticas globales en la cadena de suministro

En un contexto donde los consumidores demandan más información sobre los productos que adquieren y las empresas enfrentan crecientes desafíos operativos, la transparencia en la cadena de suministro se ha consolidado como una ventaja competitiva clave para los retailers. Esta presentación abordará cómo la logística está asumiendo un rol cada vez más estratégico, promoviendo la trazabilidad en cada eslabón de la cadena mediante el uso de tecnologías y plataformas de gestión en tiempo real. Asimismo, se analizará el impacto de las políticas internacionales sobre las cadenas de suministro locales, y cómo estas, en conjunto con otras tendencias globales, están impulsando la adopción de soluciones logísticas más sostenibles, orientadas a mitigar problemáticas como la congestión vehicular y el impacto ambiental.



IVÁN SÁNCHEZ

Chief Operating Officer,
Ransa Perú

Ejecutivo destacado con más de 24 años de experiencia en la cadena de suministro, desarrollada en industrias de bienes y consumo masivo para empresas multinacionales líderes en su sector. A lo largo de su trayectoria ha liderado áreas clave como manufactura, planificación (S&OP), gestión de almacenes, distribución primaria y secundaria, última milla y gestión de proyectos.

Es un profesional orientado a resultados, con una sólida capacidad para liderar equipos multifuncionales, impulsar la mejora continua de procesos y traducir estrategias de negocio en acciones concretas que optimicen la eficiencia y flexibilidad de la cadena logística. Actualmente, se desempeña como Chief Operating Officer de Ransa Perú, donde lidera soluciones logísticas especializadas que aseguran trazabilidad, eficiencia y un servicio adaptado a las nuevas demandas del consumidor.

RAFAEL LIRA

Director de Estrategia para
la región andina, Mercado Libre



Con más de 15 años de experiencia, ha trabajado en organizaciones de alto impacto como Boston Consulting Group y la Pontificia Universidad Católica de Chile. Su visión estratégica ha sido clave para el posicionamiento y crecimiento de Mercado Libre en la región, que destaca por impulsar la transformación digital de millones de pymes y comercios.

Como director de estrategia, ha liderado proyectos claves para el liderazgo de Mercado Libre, sobre todo en áreas de logística, innovación y experiencia de cliente. En 2024, la empresa reportó que el 50% de los paquetes se entregan el mismo día o al siguiente en toda Latinoamérica, reflejo de su apuesta constante por la eficiencia y por cumplir las expectativas de los usuarios.

El futuro de la última milla: Tecnología, velocidad y confianza

En el mundo del e-commerce, la experiencia del usuario no termina cuando se concreta una compra, sino cuando el producto llega a sus manos. Rafael Lira, Director de Estrategia de Mercado Libre para la Región Andina, compartirá sobre cómo la compañía ha logrado liderar la Última milla en América Latina, superando incluso a gigantes globales, gracias a una estrategia centrada en el cliente, tecnología propia y una red logística única. ¿Qué lecciones deja esta transformación para el retail peruano?

JUEVES
03
JULIO

BLOQUE VIII

FORMATOS, CANALES E IRRUPCIÓN DE NUEVOS JUGADORES

Conocer el comportamiento, las preferencias y las motivaciones de compra del consumidor limeño se vuelve clave para entender el presente y anticipar el futuro del retail moderno. Este bloque explorará qué formatos y marcas lideran en la mente del comprador, cómo se combinan los distintos canales y establecimientos según las diferentes misiones de compra, y qué papel juegan las tiendas de descuento, mayoristas, de conveniencia, por departamento o especializadas.

Además, analizaremos cómo la irrupción de marcas asiáticas como Miniso, Dollarcity y Oxxo está reconfigurando el panorama, imponiendo nuevos estándares con propuestas ágiles, accesibles y multisectoriales, que están obligando a los actores locales a repensar su propuesta de valor frente a un consumidor cada vez más expuesto a estándares globales y experiencias innovadoras.



Estudio

Chino, chino, chino: fiebre por lo asiático

Presentación resumen del estudio de Ipsos Perú que explora la influencia creciente de los productos y marcas chinas en el retail moderno peruano, desentrañando las razones detrás de su popularidad y su impacto competitivo. La presentación examina cómo los jugadores asiáticos están transformando las dinámicas de compra, innovando con conveniencia y diversidad a precios accesibles. Se busca identificar las motivaciones de los consumidores hacia estos nuevos formatos y el impacto que tienen en el retail.



JAVIER ÁLVAREZ PECOL

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).

JACO LEOPOLD

Co-Fundador y Director
Empresas DBS

Es un ingeniero civil industrial chileno, especializado en transportes, formado en la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Complementa su formación académica con un postgrado en Ciencias de la Ingeniería en la misma institución. Inició su trayectoria profesional incursionando en emprendimientos en los sectores de alimentación y belleza, antes de asumir roles de responsabilidad en reconocidas empresas como Ripley y Walmart. Acompañando a su esposa, Dominique Rosenberg, Jaco cofundó Empresas DBS, una compañía que ha establecido una sólida presencia en el mercado de la belleza en Chile. Su enfoque abarca tanto la distribución como la operación de tiendas de belleza y franquicias internacionales, consolidando su liderazgo en este sector.



DBS Beauty Store y su ingreso al mercado peruano

El mercado de la belleza ha emergido del período post-COVID con una notable fortaleza. Las principales palancas de crecimiento provienen de la creciente demanda de productos de skincare, la sofisticación en el cuidado capilar y un notable aumento en las ventas de maquillaje. Además, la edad de inicio en el uso de estos productos ha disminuido, lo que contribuye a un crecimiento constante en el tamaño del mercado.

La región está viendo el nacimiento de nuevos actores, mientras que grandes y tradicionales jugadores internacionales comienzan a centrar su atención en Latinoamérica. En un país como Perú, donde el canal de venta puerta a puerta representa la mitad del volumen total, surge la pregunta: ¿qué podemos esperar en relación con el avance del retail?

JUEVES
03
JULIO

BLOQUE IX

PEQUEÑOS GIGANTES: LECCIONES DE EMPRENDEDORES

Estamos presenciando una nueva tendencia de mercado en la que pequeños empresarios, con presupuestos limitados, logran conectar de manera auténtica y efectiva con sus audiencias a través de sus canales digitales, obteniendo excelentes resultados en sus campañas de marketing e, incluso, algunos alcanzando una rápida y exitosa internacionalización.

¿Qué pueden aprender las grandes y medianas empresas de ellos? ¿Cómo han conseguido este impacto? ¿Cuál fue su estrategia de éxito? Factores clave como el desarrollo de una marca personal sólida, la capacidad de generar contenido de valor a través del storytelling, el ingenio, la creatividad y la ausencia de miedo al error han sido determinantes en su éxito.

Estos emprendedores están construyendo marcas más humanas y redefiniendo las reglas del juego, ofreciendo valiosas lecciones sobre cómo conectar con el consumidor moderno.



Pequeños gigantes: Cómo los nuevos empreendedores están revolucionando el marketing

Hoy los pequeños emprendedores están marcando el camino. Con autenticidad, ingenio y storytelling, conectan con millones sin grandes presupuestos. Esta presentación abre el bloque "Pequeños Gigantes", destacando las claves detrás de su impacto y las lecciones que las empresas pueden aprender de esta nueva generación de marcas con rostro humano.



JUAN CARLOS VILLACORTA

Cofundador, Infomercado

Comunicador con más de 25 años de experiencia y cofundador de Infomercado, medio digital especializado en economía, negocios y emprendimientos. Actualmente lidera su expansión en plataformas sociales como Tik Tok, donde ha compartido más de 300 historias de emprendedores peruanos y ha crecido de 5 mil a 500 mil seguidores en solo dos años. También es profesor de Fundamentos de marketing y marketing digital en la Universidad de Piura.

PANEL DE DISCUSIÓN

Nueva ola de emprendedores

Emprendedores emergentes están revolucionando la forma de conectar con el consumidor, apoyándose en marcas personales auténticas, contenido con propósito y mucha creatividad sin miedo al error. En este panel, exploraremos qué pueden aprender las grandes y medianas empresas de su enfoque, su estrategia y qué claves pueden aplicar para adaptarse al consumidor moderno y construir marcas más humanas.



STEFANO AMBROSINI

Socio Fundador, Freh



NICOLÁS MAJLUF

Fundador y CEO,
Unbranded Co



ALESSANDRA PENNY

Gerente General,
Alessandra Penny Bakery

MODERA

JUAN CARLOS VILLACORTA

Cofundador, Infomercado



Caso Maras Gourmet

Cómo construir una marca global desde una poza de sal

Una historia real sobre cómo una sal desconocida de los Andes peruanos se transformó en una marca gourmet internacional. Compartiré las estrategias de branding, marketing digital y expansión global de Maras Gourmet, revelando cómo una causa social, combinada con el poder del storytelling, puede abrir mercados y conquistar corazones en todo el mundo.



FRANCESCO CANCHARI

Fundador, Maras Gourmet

Ingeniero de Sistemas por la Universidad de Lima, con maestría en Finanzas y más de 18 años de experiencia en empresas multinacionales. Emprendedor peruano enfocado en marcas con propósito, innovación y expansión internacional. Fundador de Maras Gourmet y actual empresario en el sector inmobiliario. Apasionado por construir negocios con impacto real y sostenibilidad.

MIÉRCOLES
02
JULIO

SALA PARALELA 1

DEL IMPACTO VISUAL A LA VENTA: VISUAL MERCANDISING QUE IMPULSA RESULTADOS

Este bloque explorará cómo una estrategia de visual merchandising más inteligente, rápida y centrada en lo visual puede potenciar la experiencia del cliente y acelerar las decisiones de compra. A través del uso de data y análisis, es posible diseñar puntos de venta que no solo atraigan la atención, sino que también impulsen las ventas y mejoren los resultados del negocio.

Descubre cómo alinear creatividad con información estratégica para generar impacto real en el punto de venta.



Del impacto visual a la venta: Cómo el visual merchandising potencia resultados comerciales

Una mirada práctica y estratégica sobre cómo el Visual Merchandising influye en el comportamiento del consumidor, optimiza espacios de tienda y mejora los indicadores comerciales. Casos reales de América Latina ilustran el impacto tangible en ventas y experiencia.



JAVIER A. VERGARA MOLINA

Fundador y Consultor en Visual Merchandising, VM Consulting LTDA

Profesional chileno con más de 20 años de experiencia en retail latinoamericano.

Especialista en visual merchandising, diseño de espacios comerciales y estrategia comercial en retail omnicanal. Ha liderado aperturas de más de 150.000 m² en tiendas, con enfoque en fortalecimiento de imagen comercial, rentabilidad en tiendas físicas, experiencia del cliente y expansión regional.

SUSANA CASTILLO

Presidenta, Asociación Latinoamericana de Visual Merchandising

Licenciada en Diseño de Interiores y ambientación por la Universidad de Guadalajara, con un Máster en diseño de interiores por la Universidad de Salamanca España, se ha desempeñado en Diseño comercial, Visual Merchandising y escaparatismo desde 1999, para diversas marcas mexicanas e Internacionales, como C&A, Liverpool, Chapur, Woolworth y del Sol, entre otras. Actualmente asesora en Retail y empresaria. Docente desde 2002 para diversas universidades como la Universidad de Guadalajara, Universidad Panamericana, UVM, UAG, Tec campus GDL. Actualmente en Iteso y Universidad Modelo en Mérida. Presidenta y fundadora de la Asociación Latinoamericana de Visual Merchandising, Conferencista internacional, representando a México en múltiples eventos en Chile, Colombia, Perú, Honduras, Panamá, Bolivia y diversos eventos en México, así como maestra invitada en diversas Universidades nacionales e internacionales. En busca de la actualización ha estudiado los diplomados en Gestión del negocio en el Retail en la Universidad Panamericana y Diplomado en Design Thinking e innovación de negocios en Design and Business Innovation Institute, entre otros.



Más allá de la estética: visual merchandising como motor de rentabilidad

En un entorno comercial cada vez más competitivo, el visual merchandising ha dejado de ser solo una herramienta estética para convertirse en un motor estratégico de rentabilidad. En esta conferencia exploraremos cómo una correcta implementación de técnicas visuales puede transformar la experiencia de compra, optimizar la circulación en tienda y, lo más importante, aumentar las ventas, a través de casos reales y métricas comprobadas.

CONVERSA CON LOS EXPERTOS

Diseñando para vender



**VERÓNICA
SAENZ**

Arquitecta Lumínica /
Directora, VSLD Estudio de Luz



**GISELLA
STIGLICH**

Gerente Visual,
Ripley



**ALFREDO
YONG**

Head of Experience
& Innovation,
Grupo Modulor

MODERA

**MARIA CECILIA
VELARDE DE ROMAÑA**

Presidenta, Asociación Latinoamericana de Visual
Merchandising en Perú



MIÉRCOLES
02
JULIO

SALA PARALELA 2

EXPANSIÓN Y CRECIMIENTO DE NEGOCIO

El crecimiento sostenible y la expansión estratégica son objetivos clave para cualquier empresa que busca consolidarse y evolucionar. Este bloque abordará diversas rutas hacia la expansión, incluyendo la diversificación de productos y mercados, el desarrollo del canal online, la creación de franquicias y la formación de alianzas estratégicas.

A través de casos de éxito y experiencias reales, exploraremos cómo estas estrategias han permitido a empresas llegar a nuevos clientes, mejorar su eficiencia operativa, diversificar riesgos y, sobre todo, hacer crecer sus negocios de manera sostenible e innovadora.



Del concepto al diseño estratégico y la implementación

Exploraremos los factores clave para escalar un negocio de retail con éxito, desde el desarrollo de formatos y prototipos hasta la evaluación estratégica de proyectos. Abordaremos cómo construir una propuesta de valor diferenciada, consolidar una identidad de marca sólida y optimizar la operación y el sourcing. También revisaremos criterios para la elección de ubicaciones y la configuración del equipo operativo y de soporte. Una mirada práctica a cómo convertir una buena idea en un modelo de negocio replicable y rentable.



ALBERTO ALARCÓN

Director Asociado, Grupo GDB /
Advisor en Distribución End to End

Especialista en escalamiento de negocios y transiciones de compra/venta de empresas de distribución. Director, advisor e inversionista en proyectos emergentes y consolidados. Amplia experiencia en consumo masivo y retail, liderando equipos en compañías locales y multinacionales en diferentes países de la región. MBA del IAE Business School, profesor, speaker y músico.

LUIS ENRIQUE RAYGADA

Fundador, Pancitos del Sur

Economista con sólida trayectoria en banca y finanzas en empresas multinacionales. Fundador de Pancitos del Sur en el 2020, marca de panes artesanales con presencia en supermercados, cafeterías y canal online. Apasionado por construir negocios rentables y sostenibles, escalables y con identidad de marca. Combina visión financiera, innovación y propósito en cada etapa del crecimiento empresarial.



Caso Pancitos del Sur Crecimiento sostenible con alma artesanal y calidad no negociable: Cómo escalar sin perder la esencia

En este espacio se compartirá la historia de Pancitos del Sur, desde la venta directa de los clásicos pancitos "de la carretera" hasta su ingreso al canal moderno. Cómo profesionalizar el negocio sin perder la visión original, generar valor a través de la experiencia del cliente, generar una cultura organizacional y diversificar canales con rentabilidad e incrementar la penetración de marca en los canales online y supermercados. Una mirada real sobre los retos y decisiones clave para crecer con identidad.

La franquicia como oportunidad de expansión



LUIS KISER

Presidente, Front Consulting Perú

Entre el 2008 y 2018 ejerció el cargo de Presidente y Vicepresidente de la Cámara Peruana de Franquicias (CPF) y a la vez fue en el mismo periodo representante por Perú ante la FIAF (Federación Iberoamericana de Franquicias). Actualmente, es presidente de Front Consulting Perú, empresa consultora de franquicias líder en el país y que ha participado en la conversión de más del 60% de las franquicias peruanas.

Autor del libro "FRANQUICIAS" editado por USAID y MYPECOMPETITIVA el 2,010. Profesor del curso de franquicias en la Universidad Peruana de Ciencias (UPC), Universidad del Pacífico y Master DIEM de Centrum Católica. Desde el 2012 es editor principal del primer directorio de franquicias FRANQUIGUIA PERU además de reconocido conferencista sobre temas de franquicias en el Perú y el extranjero. Actualmente es promotor de la ley de franquicias ante el congreso de la república. Autor del libro "FRANQUICIAS" editado por USAID y MYPECOMPETITIVA el 2,010. Profesor del curso de franquicias en la Universidad Peruana de Ciencias (UPC), Universidad del Pacífico y Master DIEM de Centrum Católica. Desde el 2012 es editor principal del primer directorio de franquicias FRANQUIGUIA PERU además de reconocido conferencista sobre temas de franquicias en el Perú y el extranjero. Actualmente es promotor de la ley de franquicias ante el congreso de la república.

UN ESPACIO PARA TUS PREGUNTAS

Franquiciar con éxito: Lecciones reales y respuestas en vivo



DANIEL MANRIQUE

Director General,
Segundo Muelle



NATHALY PFLUCKER

Directora, Cámara Peruana
de Franquicias



JOSE LUIS DEL VALLE

Country manager, Malva Perú /
Scalpers Perú /
Invicta Perú / Lilipink Perú

MODERA

LUIS KISER

Presidente,
Front Consulting Perú



JUEVES
03
JULIO

SALA PARALELA 3

RETAIL MEDIA RELOADED: EL FUTURO DE LA PUBLICIDAD EN EL PUNTO DE VENTA

El Retail Media se ha convertido en un pilar clave del marketing moderno, impulsando nuevas formas de conectar con los consumidores desde el punto de venta. En este bloque exploraremos cómo las plataformas de retail, apoyadas en data en tiempo real, están revolucionando la publicidad digital.

Veremos estrategias con enfoque de negocio que benefician tanto a marcas como a retailers, generando ingresos, audiencias valiosas y mensajes más efectivos en un entorno cada vez más competitivo.



El boom de retail media: Contexto, cifras y desafíos

El Retail Media se ha convertido en uno de los componentes más importantes de las estrategias de Marketing, con cifras récord de crecimiento. En este espacio analizaremos su impacto en el ecosistema de medios y digital, las ventajas para las marcas y los retos que trae. Veremos cómo las plataformas de retail están revolucionando la publicidad con data en tiempo real. Una charla clave para entender el presente y futuro de la publicidad en el punto de venta digital.



PABLO ULLOA NEGLIA

Regional Ecommerce & Retail Media Director, IPG Mediabrands

Especialista en marketing digital, estrategia, e-commerce, retail media, inversión en medios, performance marketing, transformación y contenido. Así como la fusión del ecosistema online aplicado a los negocios.

JOSÉ ALFREDO ANDRÉS

Head, Rappi Ads Perú

Director Comercial de Retail Media. Cuenta con 6 años de experiencia en comercio electrónico, medios digitales y marketing. Responsable del desarrollo de marketing digital para Rappi en Perú y Ecuador. Experiencia previa liderando Retail Media para México, Colombia y Brasil en cuentas empresariales. Sólida experiencia en el sector de bienes de consumo envasados (CPG) y en el desarrollo de estrategias para aumentar la penetración de medios minoristas en la región.



Jugando con ventaja: El poder de la data en Retail Media

La data de Rappi Ads no solo revela el juego, lo redefine. Descubre cómo convertir millones de datos en decisiones que impulsan tus campañas y posicionan tu marca donde importa: en el momento exacto de compra. En retail media, el poder está en los datos... y nosotros lo tenemos.

Retail Media: Creando campañas full funnel

Retail media está revolucionando la forma en que las marcas conectan con los consumidores alcanzandolos en cada etapa del funnel. El gran cambio que están teniendo las grandes compañías es que retail media dejó de medirse sólo bajo los resultados de performance del canal de ecommerce sino que empezamos a mostrar resultados omnichannel.



MARIA PAULA MELO

Gerente de eCommerce
y Retail Media, Unilever Andina

Más de 7 años liderando el canal digital para diferentes multinacionales de belleza, moda y cuidado personal. Actualmente dirijo el equipo de Ecommerce & Retail Media en Unilever Andina, conectando nuestras marcas con consumidores a través de estrategias digitales de alto impacto.

Caso de éxito

Retail Media como pieza clave en el ecosistema de Conecta Retail (La Curacao y Tiendas Efe)

La importancia de Retail Media para potenciar el ecosistema de Conecta Retail (La Curacao y Tiendas Efe), generando ingresos adicionales y mejorando la colaboración con nuestros proveedores optimizando su presupuesto de marketing y mejorando la experiencia al cliente.



ROBERT SCHULDT GALDOS

Gerente General, Conecta Retail (La Curacao y Tiendas Efe)
y Director del Programa Internacional de Retail de Pacifico Business School.

Trayectoria de 20 años en posiciones gerenciales en empresas líderes de consumo masivo y retail, como Unilever, Ripley, Maestro Home Center, Plaza Vea y Jockey Plaza. Actualmente, Gerente General de Conecta Retail (La Curacao y Tienda EFE), Director del Programa Internacional de Retail de la Universidad del Pacifico, Ex Director del Consejo Directivo de la CCL y Past President del Gremio de Electrodomésticos de la CCL. Administrador de Empresas por la Universidad de Lima y MBA por la Universidad del Pacifico.

INFORMACIÓN GENERAL

FECHA

Miércoles 02 y jueves 03 de julio 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 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 | S/2,850.00 | S/513.00 | S/3,363.00 |
| 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