

TODOS  
BUSCAN  
**CRECER**  
POCOS  
SABEN  
**CÓMO**

TECNOLOGÍA · CONSUMIDOR · TALENTO  
VISIÓN ESTRATÉGICA

# ALIADOS ESTRATÉGICOS

## SPONSORS



## MEDIA PARTNERS



## PARTNERS ESTRATÉGICOS





El retail en el Perú nunca se detiene. Incluso en un entorno marcado por la incertidumbre política, la informalidad, la inseguridad y un escenario global cada vez más volátil, el consumo sigue avanzando, los negocios se adaptan y las empresas aprenden a operar sin certezas. Hoy, más que nunca, liderar en retail implica entender una realidad compleja y tomar decisiones estratégicas en tiempo real.

El crecimiento ya no depende solo de expandirse, sino de cómo se opera: eficiencia, cercanía con el consumidor y capacidad para competir en un entorno donde la tecnología, la logística y la experiencia son factores decisivos. En este escenario, la inteligencia artificial deja de ser una promesa para convertirse en un habilitador clave del negocio.



Al mismo tiempo, el retail enfrenta desafíos estructurales propios del mercado peruano y latinoamericano. El e-commerce crece, pero lo hace en un entorno donde la logística, la informalidad y la infraestructura ponen a prueba la capacidad de ejecución y competir con gigantes regionales y globales exige pragmatismo, creatividad y decisiones inteligentes.

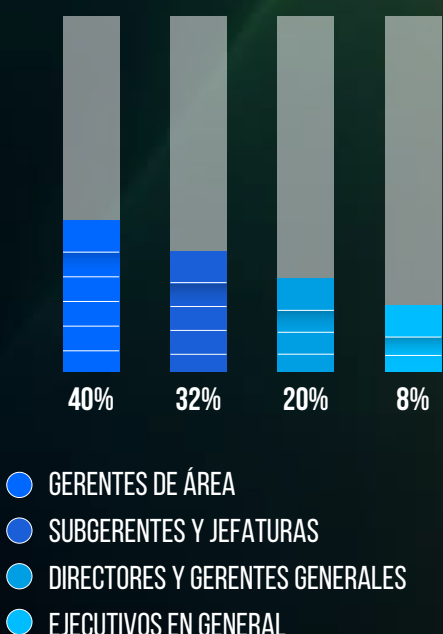
La Generación Z irrumpe con nuevas reglas del juego: social commerce, compras integradas a la vida digital, menor lealtad y expectativas de inmediatez absoluta. La experiencia ya no empieza en la tienda ni termina en el checkout: se construye entre pantallas, algoritmos, creadores de contenido y experiencias físicas cada vez más emocionales y cercanas. En paralelo, los formatos evolucionan: menos metros cuadrados, más especialización, más barrio y más conexión con la ciudad y las personas.

Pero ningún modelo es sostenible si no pone a las personas en el centro. La cultura, el talento y el liderazgo se consolidan como el verdadero diferencial competitivo. Cuidar a quienes atienden, operan y sostienen el negocio es hoy una condición indispensable para ofrecer una experiencia de cliente consistente y rentable, así como para atraer y desarrollar talento en la industria del Retail y los Centros Comerciales.

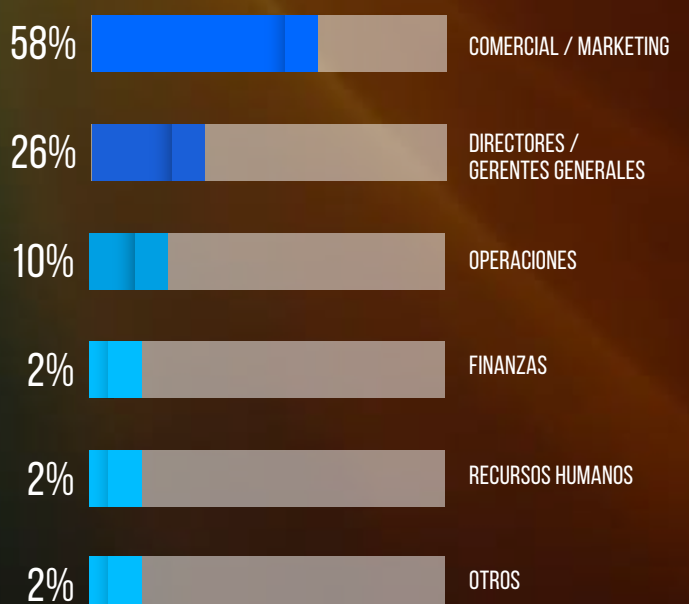
En el **23° Congreso Internacional de Retail**, nos enfocaremos en entender la realidad del retail peruano sin filtros, identificar las tendencias que realmente impactan el negocio y compartir estrategias prácticas. A lo largo de dos días, líderes del sector, expertos internacionales y referentes del ecosistema compartirán aprendizajes, decisiones y casos reales para responder a las preguntas más urgentes del retail actual.

Bienvenidos al **23° Congreso Internacional de Retail**.

### PERFIL POR NIVEL EJECUTIVO



### PERFIL POR ÁREA FUNCIONAL



## A QUIÉN VA DIRIGIDO

El **23° 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 2026** le permitirá conocer e intercambiar ideas con otros participantes, que, como usted, también desean ampliar su red de contactos.

## COMITÉ CONSULTIVO



**LICETTE  
ARRESE**

Gerente General,  
Casaideas Perú



**MARIANA  
BECERRA**

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



**ALEJANDRO  
CAMINO**

Gerente General,  
Parque Arauco en Perú



**JOSÉ ANTONIO  
CONTRERAS**

Presidente del Consejo  
Directivo, CLICC /  
Gerente General, ACCEP



**CARLOS ARMANDO  
DE LA FLOR**

CEO, María Almenara  
& Silvestre



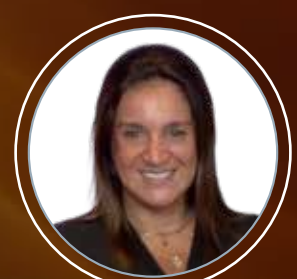
**MAX  
RAMBERG**

Socio, McKinsey  
& Company



**ALEX  
ZIMMERMANN**

Country Manager,  
Grupo Falabella Perú.  
C.E.O, Saga Falabella S.A. /  
HBS AMP



**KATIA  
RACHITOFF**

Directora Asociada,  
Seminarium Perú



## BLOQUE I

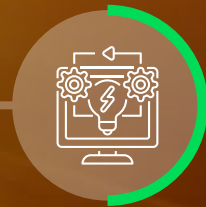
### TENDENCIAS Y DESAFÍOS DEL RETAIL DESDE LA MIRADA DE UN CEO

Este espacio pone el foco en una mirada regional y estratégica del sector retail.

A partir de la experiencia de un CEO, analizaremos cómo se está transformando la industria en la región, qué tendencias están redefiniendo la toma de decisiones y cuáles son los principales desafíos que los líderes deben anticipar para mantener competitividad en escenarios de alta incertidumbre.

El retail en el Perú se desarrolla en un contexto único: una economía que avanza, incluso cuando el entorno político y social parece jugar en contra. La informalidad, la inseguridad y la inestabilidad política conviven —no siempre de forma armónica— con un consumidor que sigue comprando, emprendiendo y generando valor.

Este bloque invita a analizar cómo la economía peruana continúa creciendo impulsada por el emprendedurismo y la necesidad cotidiana, mientras enfrenta desafíos estructurales. Entender esta convivencia es clave para tomar mejores decisiones en un año especialmente decisivo para el país y para el sector retail.



## BLOQUE II

### PERÚ NUNCA SE DETIENE: CONSUMO, RESILIENCIA Y NEGOCIOS EN TIEMPOS DESAFIANTES



## BLOQUE III

### DEL CLIC AL ALGORITMO: CÓMO LA IA ESTÁ REDEFINIENDO LA EXPERIENCIA DE COMPRA

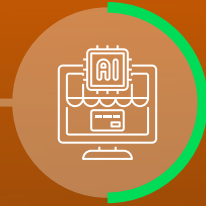
La inteligencia artificial ya no es una promesa futura: es una nueva condición para competir en retail. En un entorno donde los consumidores —y ahora también los algoritmos— deciden qué marcas son visibles, relevantes y elegidas, la IA se convierte en el eje central de la personalización, la generación de tráfico y la experiencia omnicanal.

Este bloque explora cómo la IA generativa, los nuevos modelos de búsqueda y los asistentes inteligentes están transformando radicalmente la forma en que los clientes descubren productos, interactúan con las marcas y toman decisiones de compra, obligando a los retailers a repensar su estrategia digital, de contenidos y de posicionamiento.

El crecimiento del e-commerce ha transformado al retail en el Perú, abriendo nuevas oportunidades, pero también exponiendo desafíos estructurales que son únicos en nuestro mercado. Competir en digital ya no es solo una cuestión de plataformas o marketing, sino de ejecución: logística, rapidez de entrega, transporte y capacidad de respuesta en contextos complejos. Mientras gigantes globales elevan las expectativas del consumidor con entregas casi inmediatas, los retailers locales deben operar en un entorno marcado por la informalidad del transporte, limitaciones en geolocalización y una infraestructura que no siempre acompaña el crecimiento de la demanda.

Este eje temático invita a analizar cómo adaptarse a estas realidades, tomar mejores decisiones logísticas y construir propuestas de e-commerce competitivas, incluso cuando el contexto no juega a favor.

## BLOQUE IV



### **E-COMMERCE Y LOGÍSTICA: EL VERDADERO CAMPO DE BATALLA DEL RETAIL EN PERÚ**



## BLOQUE V

### **DE VUELTA AL BARRIO: INNOVACIÓN EN FORMATOS Y EXPERIENCIAS**

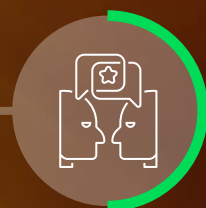
En un contexto donde los consumidores buscan experiencias más inmersivas, cercanas y emocionales, las tiendas y los malls evolucionan hacia formatos multifuncionales que combinan entretenimiento, conveniencia y comunidad. En el Perú, esta tendencia cobra una fuerza particular: los centros comerciales se consolidan como espacios de encuentro y entretenimiento, mientras el retail vuelve al barrio para acercarse al consumidor, adaptarse a la nueva configuración de la ciudad y responder a estilos de vida cada vez más urbanos y verticales.

Este bloque explora cómo innovar en formatos, experiencias y modelos de negocio para seguir siendo relevantes en un retail que ya no se mide solo en metros cuadrados, sino en conexión y valor para las personas.

El consumidor ya no compra como antes, ni por los mismos motivos, ni en los mismos lugares. Hoy, las decisiones de compra se toman entre pantallas, recomendaciones sociales, billeteras digitales y nuevas expectativas de precio, conveniencia y experiencia. El cambio generacional, con la Generación Z ganando peso, está redefiniendo los canales, los formatos y el rol de las marcas, impulsando fenómenos como el social commerce, el agentic commerce y la compra integrada a la vida digital cotidiana.

Este bloque explora cómo está evolucionando el comportamiento del consumidor, qué tendencias marcarán el corto y mediano plazo, y cómo el retail debe adaptarse para seguir siendo relevante en un escenario cada vez más competitivo, social y tecnológico.

## BLOQUE VI



### **LA GENERACIÓN QUE NO ESPERA: SOCIAL COMMERCE, GEN Z Y NUEVAS REGLAS DEL JUEGO**



## BLOQUE VII

### **IA COMO MOTOR INTERNO DEL NEGOCIO. EFICIENCIAS OPERATIVAS Y AGENTIC RETAIL**

La verdadera disrupción de la inteligencia artificial en retail no ocurre solo de cara al cliente, sino también dentro del negocio. Hoy, los retailers están incorporando modelos de IA y agentes inteligentes para optimizar operaciones, tomar decisiones más rápidas y gestionar de forma autónoma precios, surtidos e inventarios.

Este bloque aborda cómo la tecnología se convierte en una palanca estratégica para la eficiencia operativa, el e-merchandising y la construcción de un retail más ágil, rentable y preparado para el futuro.

En un sector donde la rotación de personal alcanza niveles críticos y el desgaste operativo es constante, el verdadero diferencial competitivo está en las personas.

Este bloque invita a repensar la gestión del talento en retail desde una mirada estratégica: cómo construir culturas laborales positivas, eficientes y humanas que reduzcan la rotación, mejoren la experiencia del cliente y, al mismo tiempo, impulsen la rentabilidad del negocio. En el retail de hoy, cuidar a quienes atienden es cuidar el negocio.

## BLOQUE VIII



### **LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EMPIEZA PUERTAS ADENTRO: LIDERAZGO, PERSONAS Y CULTURA**

- 08:00 - 09:00 **Registro / Welcome Coffee**
- 09:00 - 09:05 **Presentación del Evento**  
Katia Rachitoff | Directora Asociada, Seminarium Perú
- 09:05 - 09:10 **Palabras de Bienvenida**  
José Antonio Contreras | Presidente del Consejo Directivo, CLICC / Gerente General, ACCEP

**BLOQUE 1**

**TENDENCIAS Y DESAFÍOS DEL RETAIL DESDE LA MIRADA DE UN CEO**

- 09:10 - 09:25 **Fracasar para transformar:**  
La reinención del Retail desde adentro  
Francisco Irarrázaval Mena | CEO, Falabella
- 09:25 - 09:35 **Entrevista con el CEO**  
Francisco Irarrázaval Mena | CEO, Falabella
- Moderador**  
Max Ramberg | Socio, McKinsey & Company

**BLOQUE 2**

**PERÚ NUNCA SE DETIENE: CONSUMO, RESILIENCIA Y NEGOCIOS EN TIEMPOS DESAFIANTES**

- 09:40 - 10:05 **Elecciones 2026:**  
Claves de la política peruana en la era digital  
Carlos Helfer | Consultor en comunicación política y estratégica
- 10:05 - 10:30 **El emprendedurismo, la peruanidad y la globalización económica**  
Victor Andrés Ponce | Periodista e investigador
- 10:30 - 10:55 **En alerta y a la defensiva:**  
El consumidor en tiempos de inseguridad  
Javier Alvarez | Trends Senior Director, Ipsos
- 11:00 - 11:30 **Coffee Break**

**BLOQUE 3**

**DEL CLIC AL ALGORITMO: CÓMO LA IA ESTÁ REDEFINIENDO LA EXPERIENCIA DE COMPRA**

- 11:30 - 12:15 **La emoción en la era del clic**  
JJ Delgado | Keynote speaker. El líder detrás del día histórico de más ventas internacionales en Amazon
- 12:15 - 12:40 **El shopper hiper-informado y cómo adaptar las estrategias de conversión en el mundo de la IA**  
José Yapur | Especialista de Innovación, Nube e IA, Microsoft
- 12:40 - 13:00 **Digiconsumer:**  
Tecnología para satisfacer al consumidor digital del futuro  
Andrés Postigo | Socio - Director, Insider Perú  
Sebastián Bustamante | Socio - Director, Insider Perú
- 13:05 - 13:25 **BRANDED CONTENT / HISTORIA DE MARCA**  
**La forma más rápida y segura de construir IA transaccional en WhatsApp**  
Denny Schuldt | Product Manager - Brain Studio & Connect, Jelou
- 13:25 - 14:25 **Lunch**

**BLOQUE 4**

**E-COMMERCE Y LOGÍSTICA: EL VERDADERO CAMPO DE BATALLA DEL RETAIL EN PERÚ**

- 14:25 - 14:30 **Introducción al bloque**  
**E-commerce en Perú:**  
Contexto, retos estructurales y próximos movimientos  
Helmut Cáceda Salazar | Presidente ejecutivo, Cámara Peruana de Comercio Electrónico
- 14:30 - 14:50 **Cómo la IA está redefiniendo el e-commerce y las operaciones**  
Ariel Schabas | CTO, Digital Commerce & CIO, Falabella Retail - Falabella Group
- 14:50 - 15:25 **Panel de discusión**  
**Logística bajo presión:**  
Cómo ganar la última milla en el retail peruano  
Ariel Schabas | CTO, Digital Commerce & CIO, Falabella Retail - Falabella Group  
Rafael Cela | Vicepresidente de tecnología, procesos y operaciones, Urbano Express Holding / Country Head, Urbano Express Perú  
Miguel Niño | Head of Ecommerce Perú & Ecuador, Rappi
- Moderador**  
Helmut Cáceda Salazar | Presidente ejecutivo, Cámara Peruana de Comercio Electrónico

**BLOQUE 5**

**DE VUELTA AL BARRIO. INNOVACIÓN EN FORMATOS Y EXPERIENCIAS**

- 15:30 - 15:50 **Estudio**  
**Volviendo al barrio**  
El rol de la proximidad en el consumo cotidiano  
Romina Lucanera | NielsenIQ Industry & Insights Manager Perú
- 15:50 - 16:10 **Caso Coolbox**  
**De vuelta al barrio:**  
No es abrir más tiendas, es entender un nuevo consumidor  
Marcelo Bazán | CEO Corporativo Perú & México, Coolbox
- 16:10 - 16:40 **Coffee break**

**BLOQUE 5**

**DE VUELTA AL BARRIO. INNOVACIÓN EN FORMATOS Y EXPERIENCIAS (CONTINUACIÓN)**

- 16:40 - 17:15 **Panel**  
**Cerca de las personas:**  
El nuevo retail urbano  
Harry Neira | CEO & Founder, Neira Café Lab  
Oscar Pizarro | General Manager, Tai Loy S.A.  
Fiorella Rivero Stagnaro | Founder and creative director, CLUTCH
- Moderador**  
Licette Arrese | Gerente General, Casaideas Perú
- 17:15 - 17:35 **Caso SuperPet**  
**La relevancia del barrio en el plan de crecimiento y la consolidación de la propuesta de valor**  
Alejandro Delgado | CEO, SuperPet
- 17:35 - 17:55 **Caso Marca Lima Ciudad de los Reyes:**  
El Centro Histórico de Lima, volviendo a nuestro centro  
Lucrecia Lafora | Directora de Marca Lima Ciudad de los Reyes, Prolima
- 18:00 - 18:05 **Cierre del día**  
Katia Rachitoff | Directora Asociada, Seminarium Perú
- GET TOGETHER**

08:30 - 09:00

Registro / Welcome Coffee

Apertura Día 2

## BLOQUE 6

### LA GENERACIÓN QUE NO ESPERA: SOCIAL COMMERCE, GEN Z Y NUEVAS REGLAS DEL JUEGO

09:10 - 09:35

#### Retail hoy:

Navegando con las nuevas generaciones

Lucas Chávez-Alcorta | Managing Director, LePub

09:35 - 09:55

#### Tendencias de consumo y comportamiento de compra, Gen Z y social commerce al 2026

Claudia Lesseur | Socia Monitor, Deloitte S-LATAM

09:55 - 10:20

#### Conversaciones que convierten:

El nuevo modelo de crecimiento del retail omnicanal

Santiago Coppiano | Vicepresidente Comercial Latinoamérica, Yalo

10:20 - 10:40

#### Caso Nike

#### Alianza Lima 125 Aniversario:

Cómo generar valor con el consumidor desde el contacto emocional

Alessandro Alonso | Head Office, Nike Perú / Nike.com Andina manager

10:45 - 11:15

Coffee Break

## BLOQUE 7

### IA COMO MOTOR INTERNO DEL NEGOCIO EFICIENCIAS OPERATIVAS Y AGENTIC RETAIL

11:15 - 11:50

#### Haz que la IA trabaje para ti

JJ Delgado | Keynote speaker. El líder detrás del día histórico de más ventas internacionales en Amazon

11:50 - 12:00

#### Firechat con JJ Delgado

Moderada

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

12:00 - 12:20

#### Claves para la adopción eficaz de la IA en procesos de negocio

Alfonso Loo | Presales Regional Leader, Corporate Simpliroute

12:20 - 12:45

#### IA agéntica transformando el merchandising del retail

Luis Salcedo | Senior Partner y Líder de QuatumBlack, AI, McKinsey en Latinoamérica

12:45 - 13:05

#### IA en retail:

De la teoría a la práctica, casos de uso en la vida real

Rodrigo Córdova | Director de Soluciones para América Latina, RELEX Solutions

13:05 - 13:25

#### La era de los agentes:

Cómo la IA transforma el e-commerce y redefine nuestros roles

Carlos Zurita Olea | Data & Analytics Manager de países andinos, Mercado Libre

13:30 - 14:30

Lunch

14:30 - 14:50

#### BRANDED CONTENT / HISTORIA DE MARCA

#### De lo estático a lo dinámico:

Cómo la señalización digital está acelerando el retail en toda la región

Oscar Barrena | CEO & Founder, Smart Corp Perú

## BLOQUE 8

### LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EMPIEZA PUERTAS ADENTRO LIDERAZGO, PERSONAS Y CULTURA

14:50 - 15:10

#### La alta rotación como síntoma

Lorena Carbone | Directora Comercial, Adecco Perú

15:10 - 15:30

#### Caso Scania

#### Cuando el talento escasea:

Cómo construir equipos en tiempos de alta rotación

Vania Rosas Luna | Directora de Personas y Cultura, Salud y Seguridad y Sustentabilidad, Scania Perú

15:30 - 16:15

#### Todos queremos que nos quieran

Eduardo Martín Cardona | Keynote speaker. Ex director de Zara España - Grupo Inditex /

Vicepresidente, STF Group.

16:15 - 16:20

#### Clausura

Carlos Neuhaus | Presidente Ejecutivo, ACCEP

JJ

# DELGADO



El líder detrás del día histórico de más ventas internacionales en Amazon



JJ Delgado es un doctor Cum Laude en Economía Digital reconocido por su liderazgo y talento. En 2016 y principios de 2017, no sólo lideró el día con la mayor cantidad de ventas internacionales en la historia de Amazon, sino que también alcanzó el perfil de LinkedIn de Amazon N°1 en el Reino Unido. Su influencia se extendió a través de la Web 2.0 y 3.0 como inversor y asesor en empresas como Ufounders, TalentClass, Enzo Ventures, Bipgo, y el Club de Fútbol X.

Con una carrera de más de 15 años en crecimiento empresarial, JJ Delgado ha trabajado con marcas de renombre mundial como Amazon, Burger King, Pepsi, Hertz, CB Richard Ellis, Ford, Bosch, Siemens, Liberty, Vodafone, Telefónica y Estrella Galicia. Su experiencia internacional es amplia, abarcando EMEA (Reino Unido, Alemania, España, Francia, Italia) y LATAM (Costa Rica, Guatemala, Honduras, El Salvador y México). Actualmente, lidera la iniciativa digital en Estrella Galicia como Gerente General de Move Estrella Galicia Digital.

Ha sido reconocido en múltiples ocasiones por su innovador enfoque de marketing y negocios, incluyendo ser seleccionado Top 50 Business & Marketing Visionaries en 2023, uno de los 15 principales influenciadores no oficiales de LinkedIn en 2018, y uno de los 50 mejores expertos mundiales en comportamiento humano para seguir en 2017. Su trayectoria le ha hecho merecedor del título de «el vendedor español más talentoso» en 2015.

Aparte de su trabajo práctico, JJ Delgado ha compartido sus conocimientos y experiencia a través de la docencia en The London School of Economics and Political Science (LSE) y en IE Business School. Ha publicado tres libros de éxito internacional y numerosos artículos en los que desafía y expande la comprensión actual del comportamiento del cliente. Entre sus libros se incluyen «Think Video: Smart Video Marketing & Video Influencing», «The new digital consumer: Noriso Cube», «Smash It! ¡Cómo dominar la era digital y hacer que su negocio crezca como el infierno!» y su más reciente éxito «Smash ChatGPT: Como hacer que la inteligencia artificial haga tu trabajo mientras sigues haciendo tu dinero».

Innovador incansable, JJ Delgado fundó el grupo # 1 de Neuromarketing para los países españoles, New Video Congress, y The Vloggers Awards. Asimismo, co-fundó la ONG 24 Friends: Education for Kenya y es miembro de honor de la Real Academia Europea de Doctores. En el ámbito de la Inteligencia Artificial, lidera una de las newsletters de más rápido crecimiento (wildtools.ai) y ha cultivado una comunidad de más de 125K entusiastas.

A través de su amplia experiencia y su espíritu innovador, JJ Delgado ha demostrado ser una voz de referencia en la Economía Digital y la Inteligencia Artificial, transformando el paisaje de negocios actuales y preparándose para los desafíos del futuro.

## PONENCIAS

### HAZ QUE LA IA TRABAJE PARA TI

Profundizaremos en cómo sacar el máximo partido a la tecnología y a la inteligencia artificial en el contexto concreto de los centros comerciales y el retail.

Abordaremos cómo la IA y las tecnologías que habilita pueden convertirse en una palanca real de eficiencia, creatividad y escala, siempre al servicio de una estrategia clara y de un profundo conocimiento del cliente.

### LA EMOCIÓN EN LA ERA DEL CLIC

Esta primera ponencia se centra en una idea clave: en la era digital que vivimos, la emoción se ha convertido en la verdadera ventaja competitiva. Más allá de la tecnología, los datos o los algoritmos, lo que marca la diferencia es la capacidad de generar una conexión emocional real con los consumidores. Durante esta keynote trabajaremos por qué entender a las personas —sus motivaciones, frenos y deseos— es hoy más relevante que nunca, incluso más que la propia tecnología.

# EDUARDO MARTÍN CARDONA



Ex director de Zara España - Grupo Inditex /  
Vicepresidente, STF Group.



Eduardo Martín Cardona es un directivo con más de dos décadas de experiencia en retail internacional. Desarrolló una parte clave de su carrera durante más de 15 años en el Grupo Inditex, donde ocupó posiciones de creciente responsabilidad en marcas como Zara, Pull&Bear, Lefties y Zara Home, hasta asumir la Dirección General de Zara España.

Durante esta etapa lideró operaciones de gran escala, redes comerciales complejas y equipos multidisciplinares, adquiriendo una visión integral del retail que abarca desde la gestión en tienda y la experiencia de cliente hasta la estrategia, la rentabilidad y el desarrollo del talento.

Tras su etapa ejecutiva, ha continuado vinculado al sector desde roles de alta dirección, consejo y asesoría estratégica. Actualmente es miembro del Consejo de Administración de Grupo Corp, del Board del Círculo Iberoamericano del Retail, asesor de compañías como Bullfeet y Vivofácil, y faculty member de The New Retail Business School, manteniendo una conexión directa y actual con la evolución del negocio retail.

En la actualidad es Vicepresidente de STF Group que cuenta con más de 400 tiendas en 9 países y más de 9.000 empleados dentro de las marcas Studio F, ELA y Studio F Man.

## PONENCIA

### TODOS QUEREMOS QUE NOS QUIERAN

Desde el primer llanto al nacer, el ser humano busca una mirada que le confirme que está a salvo, que es digno de amor. Esa necesidad, tan simple y tan profunda, nos acompaña toda la vida, aunque aprendamos a disfrazarla con éxitos, independencia o dureza.

La infancia es el lugar donde se siembra esa certeza o se instala la duda. Un niño que crece sintiéndose visto, escuchado y valorado, aprende que merece amor. En cambio, quien recibe indiferencia o exigencias imposibles para su edad aprende a mendigar afecto o a esconder su vulnerabilidad tras una coraza.

Años después, esos mismos patrones se repiten en nuestras relaciones adultas: tememos el rechazo, confundimos amor con aprobación, nos perdemos intentando ser “suficientes” para los demás.

Desde que perdí a mi padre con 7 años he aprendido que la curación comienza cuando uno se atreve a mirar esa herida original y a reconocer: “solo quería que me quisieran”. No desde la culpa, sino desde la comprensión. Porque querer y ser querido no es debilidad, es la base misma de la salud emocional.

Quizás el reto de nuestra época no sea aprender a amar más, sino a amar mejor: sin condiciones, sin miedo, empezando por nosotros mismos. Porque cuando uno se acepta, el amor de los demás deja de ser un salvavidas y se convierte, por fin, en un regalo.

Del mismo modo que las personas, las empresas también buscan ser queridas: anhelan reconocimiento, lealtad y sentido de pertenencia. Pero, al igual que en las relaciones humanas, solo quienes ofrecen autenticidad, cuidado y coherencia logran inspirar un amor que perdure. Todos queremos que nos quieran. Y no hay vergüenza en ello.



## CARLOS HELFER

Consultor en comunicación política y estratégica

Consultor en comunicación política especializado en análisis de conversación pública digital e incidencia estratégica. Ha liderado estrategias en contextos electorales y de alta exposición pública, articulando análisis de datos y narrativa política. Fue social media manager de la Presidencia de la República del Perú y ocupó posiciones de liderazgo en los ministerios de Economía, Defensa, Interior y Educación. Ha participado en campañas electorales en Perú, República Dominicana, Ecuador y Panamá.

### Elecciones 2026: Claves de la política peruana en la Era Digital

Un análisis del nuevo escenario electoral peruano, donde la política se juega cada vez más en plataformas digitales. Tendencias, riesgos y oportunidades del ecosistema digital, y cómo las redes sociales, datos y narrativas están transformando la construcción del poder político en el Perú.



## VICTOR ANDRÉS PONCE

Periodistas e investigador

Es doctor en Filosofía y profesor de Filosofía en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Es periodista con más de 30 años de experiencia en medios radiales, televisivos y de prensa escrita. Actualmente se desempeña como director del portal ElMontonero.pe y es autor del libro de ensayos “Contrarrevolución en los Andes”.

### El emprendedurismo, la peruanidad y la globalización económica



## JAVIER ÁLVAREZ PECOL

Trends Senior Director,  
Ipsos

Con una sólida formación en administración y marketing, y acumulando 40 años de experiencia en investigación de mercados, he centrado mi carrera en desentrañar el comportamiento del ciudadano y consumidor peruano. Me apasiona seguir de cerca las nuevas tendencias del mercado, poniendo una especial atención en los cambios demográficos y sociales que definen a las generaciones en el Perú. Mi trayectoria me ha llevado a ser un expositor habitual en prestigiosos congresos, y mis análisis han encontrado espacio en revistas y blogs especializados, así como en mi columna en el diario Perú 21. Actualmente, tengo el honor de presidir la Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados (APEIM) y Director de Tendencias del Consumidor en Ipsos.

### En alerta y a la defensiva: el consumidor en tiempos de inseguridad

La inseguridad ciudadana está impactando directamente en cómo, cuándo y dónde consumen los peruanos. Esta presentación expone los principales hallazgos de una encuesta a consumidores que analiza los cambios en hábitos, comportamientos y actitudes frente al retail, así como sus expectativas hacia marcas y establecimientos para sentirse más seguros. A partir de datos concretos, se presentarán insights clave e implicancias accionables para el sector retail.



## ALFONSO LOO

Presales Regional Leader,  
Corporate Simpliroute

Lic en Administración, con más de 14 años de experiencia en Retail en roles de Abastecimiento y gestión de inventarios, Operaciones de tienda, Proyectos de mejora continua de tienda, Transportes (1ra milla y última milla), Ingeniería logística y desarrollo de proyectos logísticos, así como más de 6 años como consultor en procesos mejora continua y transformación de las cadenas de distribución de empresas a nivel regional.

### Claves para la adopción eficaz de la IA en procesos de negocio

Un resumen de las experiencias aprendidas en diversos procesos de transformación digital que implicaron implementación de IA y cuáles fueron los pasos clave y los retos que se tuvieron que afrontar para lograr valor y obtener un retorno medible.



## 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 datatech 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 datatech Superdatados.

### Digiconsumer - Tecnología para satisfacer al consumidor digital del futuro

En la actualidad, el canal digital se ha convertido en un pilar fundamental en la relación entre marcas y consumidores. La abundancia de información disponible ha elevado las expectativas de los clientes, quienes demandan experiencias más personalizadas y relevantes.

No poder adaptarse a sus necesidades, saturarlos con marketing intrusivo o ofrecerles una experiencia estándar puede perjudicar gravemente el Lifetime Value de los clientes. Esto ha dado lugar a ciclos de compra más cortos y a una menor fidelidad. Sin embargo, existen tecnologías avanzadas que permiten a las empresas mejorar la retención y lealtad, aumentar el Average Order Value (AOV) y, lo más importante, ofrecer una experiencia centrada en el cliente, sin comprometer la calidad ni la satisfacción. A través de la personalización y el uso adecuado de herramientas digitales, las marcas pueden transformar estos retos en oportunidades de DIFERENCIACIÓN.



## MARCELO BAZÁN

CEO Corporativo Perú & México,  
Coolbox

CEO de COOLBOX, lidera desde hace más de 10 años las operaciones en Perú y México, tras una trayectoria de seis años como parte de la mesa directiva. Previamente, fue CEO de empresas como Boticas BTL y Arcor de Perú, y Gerente Nacional de Ventas en Gloria. Se distingue por su capacidad para formar y liderar equipos de alto rendimiento y por transformar organizaciones. En COOLBOX, impulsó un cambio estratégico en el modelo de negocio, logrando más que duplicar el volumen, las ventas y la rentabilidad de la compañía.

### De vuelta al barrio: no es abrir más tiendas, es entender un nuevo consumidor

Exploraremos cómo Coolbox está volviendo al barrio para atender a un consumidor distinto, que hoy valora confianza, asesoría experta y conveniencia. En un país donde el 65% del mercado sigue en el canal tradicional, innovar significa llevar variedad, garantía y una experiencia moderna a comunidades donde la tecnología debe ser accesible y segura. Porque el futuro del retail será de las marcas que no solo estén presentes, sino que logren integrarse y conectar con las personas en su vida cotidiana.



## FRANCISCO IRARRÁZAVAL MENA

CEO, Falabella

Gerente General Corporativo de Falabella para Chile, Perú y Colombia. Cuenta con una trayectoria que combina experiencia pública y privada. Es Ingeniero civil UC y máster en Políticas Públicas de Harvard. Impulsó la ONG Un Techo para Chile y fue Subsecretario de Vivienda en el Gobierno de Chile entre 2012 y 2014. Desde 2025 es vicepresidente de la Asociación Internacional de Tiendas Departamentales (IADS), aportando en la conversación sobre el futuro del retail en el mundo.

### Fracasar para transformar: la reinención del Retail desde adentro

Esta conversación invita a mirar el retail con una crudeza necesaria: crecer puede alejarnos del cliente y volvernos lentos. Desde esa premisa, el CEO comparte una historia de aprendizajes incómodos, cambios profundos y la urgencia de recuperar lo esencial: la mentalidad de dueño. Un recorrido honesto por los fracasos, decisiones y reinenciones que hoy están moldeando el futuro del Retail Latinoamericano.



## ROMINA LUCANERA

NielsenIQ Industry & Insights  
Manager Perú

Economista con más de 15 años de experiencia en la industria de consumo masivo en Latinoamérica, especialista en Consumer Data Insights. Convierto datos en estrategias claras y accionables que impulsan el crecimiento de marcas y minoristas, integrando profundidad analítica, conocimiento de canales y visión comercial.

### Estudio Volviendo al barrio. El rol de la proximidad en el consumo cotidiano

Analizaremos el ecosistema de las tiendas de proximidad —supermercados, discounters, formatos de conveniencia y bodegas— en un contexto donde el consumidor prioriza cada vez más el ahorro, obteniéndolo principalmente de sus compras cotidianas. Abordaremos cómo varía la canasta según cada canal, qué categorías ganan relevancia y cuáles han sido las estrategias más efectivas en el último año. Asimismo, exploraremos el rol que hoy cumplen estos formatos dentro del consumo cotidiano, las dinámicas de convivencia y competencia entre ellos, y el impacto del crecimiento de los canales emergentes sobre las bodegas tradicionales. El análisis incorporará una mirada territorial, diferenciando zonas y regiones clave, con una lectura específica de Lima versus provincias, y se complementará con una comparación regional para entender cuán alineada está la tendencia de proximidad en el Perú frente a otros mercados de América Latina.



## RODRIGO CÓRDOVA

Director de Soluciones para  
América Latina, RELEX Solutions

Reconocido experto chileno y actual Director de Soluciones para América Latina en RELEX Solutions. Ingeniero con más de 25 años de trayectoria en el mundo del retail, ha liderado transformaciones estratégicas en cadenas como Walmart Chile, PreUnic y Supermercados Líder. Su especialidad es optimizar la cadena de suministro y los procesos de pronóstico y reabastecimiento en entornos que van desde centros de distribución hasta tiendas, combinando experiencia operativa con visión estratégica.

A lo largo de su carrera, ha implementado soluciones innovadoras en toda Latinoamérica para supermercados, farmacias y retailers líderes en mejoramiento del hogar, impulsando eficiencia, rentabilidad y sostenibilidad. En los últimos años, ha guiado a grandes retailers en la adopción de inteligencia artificial y machine learning para anticipar la demanda, reducir la incertidumbre y adaptarse a la revolución tecnológica que está redefiniendo el retail global. Su experiencia lo convierte en un referente clave para comprender cómo la tecnología está moldeando el futuro de la industria.

### IA en retail: de la teoría a la práctica, casos de uso en la vida real

El retail se encuentra en un punto de inflexión: la inteligencia artificial está dejando de ser una herramienta predictiva para convertirse en un agente que aprende, decide y actúa. Esta charla explorará cómo esta nueva generación de IA redefine la estrategia, la eficiencia operativa y el rol del liderazgo en la próxima década del retail.



## SANTIAGO COPPIANO

Vicepresidente Comercial  
Latinoamérica, Yalo

Es Vicepresidente de Ventas para Yalo Latinoamérica desde noviembre de 2022. Como líder comercial de Yalo para la región está enfocado principalmente en Sudamérica para coordinar y ejecutar las estrategias claves que les permite expandir el negocio de soluciones innovadoras conversacionales con IA Generativa. Con una amplia experiencia de más de 14 años, Coppiano se ha desempeñado en empresas líderes como Rappi, SAP, Salesforce, e IBM. En su trayectoria profesional ha desarrollado modelos de go to market B2B exitosos en múltiples industrias, además de su trabajo en corporaciones donde ha asesorado startups de alto crecimiento. Estudió la Licenciatura en Economía, y la Licenciatura en Administración de Empresas, ambas en la Universidad de los Andes, en Colombia. Además, posee un Máster en Marketing Digital y e-Commerce por la Universidad de Barcelona, España. Y ha logrado importantes reconocimientos como el SAP Winner's Circle y el SAP Sales Elite Team. Su pasión por la tecnología y la innovación lo ha convertido en un destacado orador en Latam.

### Conversaciones que convierten: El nuevo modelo de crecimiento del retail omnicanal

El consumidor latinoamericano ya eligió su canal favorito y los retailers que lo entiendan primero llevarán la delantera. Esta charla explora cómo los agentes inteligentes están unificando marketing, servicio y ventas en una sola experiencia conversacional nativa en todos los canales. Analizamos el caso de un retailer líder de la región que triplicó su conversión con IA conversacional. Aprendizajes prácticos, demos en video y un mapa claro para implementarlo en tu operación.



## VANIA ROSAS LUNA

Directora de Personas y Cultura,  
Salud y Seguridad y Sustentabilidad,  
Scania Perú

Actualmente es Directora de Personas, Cultura, Seguridad y Sustentabilidad en Scania del Perú, empresa transnacional sueca. Ingeniera Industrial por la Universidad de Lima y con Maestría en Recursos Humanos en

Barcelona, cuenta con más de 15 años de experiencia en gestión del talento en sectores como retail, oil & gas, cementero y automotriz.

A lo largo de su trayectoria, se ha especializado en conectar la estrategia del negocio con la gestión de personas, liderando iniciativas de cultura organizacional, seguridad, salud ocupacional y sostenibilidad. Su enfoque integra resultados y propósitos, promoviendo entornos de trabajo inclusivos, seguros y alineados al crecimiento sostenible de la organización.

### Caso Scania Cuando el talento escasea: Cómo construir equipos en tiempos de alta rotación

Esta ponencia abordará los principales desafíos actuales en talento, retención y escasez de perfiles. Además, compartirá las estrategias de Personas y Cultura implementadas por la compañía y los resultados obtenidos. La experiencia busca aportar aprendizajes útiles para un sector como retail, marcado por la alta rotación y la gestión de nuevas generaciones.



## HELMUT CÁCEDA SALAZAR

Presidente ejecutivo,  
Cámara Peruana de Comercio Electrónico

Cuenta con más de dos décadas de experiencia en el comercio electrónico y su destacada trayectoria y rol en la industria no sólo lo señalan como un pionero, sino también como uno de los mayores conocedores del ecosistema de comercio electrónico en el país. Es Fundador de la Cámara Peruana de Comercio Electrónico, bajo su liderazgo, hoy es el ecosistema empresarial que reúne a los actores más importantes de comercio electrónico de Perú y Latinoamérica. Gracias a su visión y experiencia, ayudó a sentar las bases en la creación del Código de Conducta y Buenas Prácticas en Comercio Electrónico y Confianza Online, estableciendo así un estándar de integridad y un legado de confianza para el ecosistema digital.



## LORENA CARBONE

Directora Comercial, Adecco Perú

Ingeniera industrial por la Universidad de Lima y MBA por la Universidad del Pacífico. Ejecutiva con más de 15 años impulsando crecimiento comercial y eficiencia operativa en diversos sectores. Especialista en outsourcing y gestión estratégica del talento. Actualmente Directora Comercial de Adecco Perú, liderando la expansión comercial y la innovación en soluciones de gestión humana a nivel nacional.

### La alta rotación como síntoma

En esta presentación entenderemos por qué el retail convive con tasas de rotación del 20%, 25% o 30% mensual, y cómo esto impacta directamente en costos, operación y experiencia del cliente.



## CARLOS ZURITA OLEA

Data & Analytics Manager  
de países andinos, Mercado Libre

Lidera la estrategia de datos aplicada al crecimiento del negocio y la generación de valor en el ecosistema de comercio electrónico. Es Magíster en Inteligencia Artificial, formación que respalda su enfoque técnico y estratégico en la implementación de soluciones basadas en datos.

Con más de diez años de sólida trayectoria en analítica avanzada e inteligencia artificial, impulsa iniciativas que optimizan la toma de decisiones comerciales, potencian la personalización a escala y mejoran la eficiencia operativa. Su enfoque combina visión estratégica y ejecución práctica, conectando tecnología, datos y resultados concretos.

Desde su rol, trabaja en la implementación de soluciones que fortalecen la competitividad, aceleran la innovación y permiten capturar nuevas oportunidades de crecimiento en un entorno digital cada vez más dinámico.

### La Era de los Agentes: Cómo la IA transforma el e-commerce y redefine nuestros roles

La inteligencia artificial ha dejado de ser una simple tendencia para convertirse en el motor que impulsa los negocios modernos. Como lo confirman recientes estudios, el impacto real y comprobado de la IA hoy se encuentra en la ejecución y optimización de tareas operativas. Sin embargo, la verdadera revolución ocurre cuando esta tecnología es parte del día a día o se vuelve "invisible". En esta sesión, Carlos Zurita explorará cómo la transformación impulsada por Agentes de IA inunda nuestras plataformas de e-commerce. A través de ejemplos prácticos de personalización y agentes inmersos en la app de Mercado Libre, se demostrará cómo la IA moldea la experiencia diaria a escala masiva. Pero la adopción de esta tecnología trae consigo un desafío aún mayor: la evolución del talento humano. La IA está a disposición de todos, pero el valor real se genera cuando se sabe utilizar. La charla abordará cómo el rol tradicional del trabajador está mutando hacia profesionales capaces de entender profundamente una necesidad de negocio y sacarle partido a la IA.



## LUIS SALCEDO

Senior Partner y Líder  
de QuatumBlack, AI,  
McKinsey en Latinoamérica

Luis Salcedo es Senior Partner en McKinsey & Company y líder de QuantumBlack AI en Latam. Ha acompañado a empresas líderes de retail en México y América Latina en estrategia comercial, optimización de portafolio y aceleración de transformaciones con analítica avanzada. En IA, dirige programas para escalar casos de uso en retail —desde personalización y gestión de demanda hasta gestión de compras y negociación con proveedores— con foco en capturar valor de negocio real. Es conferencista frecuente en foros del sector y una voz referente sobre cómo pasar de pilotos de IA a impacto sostenido a escala.

### IA agéntica transformando el merchandising del retail

La IA agéntica revoluciona el retail al liberar a los merchants de las tareas manuales que hoy consumen hasta el 40% de su tiempo. Mediante sistemas autónomos que operan 24/7, esta tecnología no busca sustituir al talento, sino potenciarlo. El objetivo es devolverles su rol estratégico, permitiéndoles centrarse en la innovación de categorías, la negociación de alto nivel y una conexión profunda con el consumidor.



## LUCAS CHAVEZ ALCORTA

Managing Director,  
Lepub

Lucas Chávez-Alcorta es Managing Director de LePub y ex CMO Regional de Falabella, consolidado como un referente en marketing, cultura creativa e inclusión. Speaker internacional, combina una sólida trayectoria corporativa con una visión disruptiva para transformar marcas.

**Retail hoy:  
Navegando con las nuevas  
generaciones**



## LUCRECIA LAFORA

Directora de Marca Lima Ciudad  
de los Reyes, ProLima

Licenciada en Administración de Empresas, con post grados en Turismo Sostenible, Planeamiento Estratégico, Gestión Pública y estudios de maestría en Ecoturismo. Con más de 17 años de experiencia en el sector turismo, trabajando en la implementación de planes de marketing, comercialización y promoción, desde la promoción de inversiones, así como la promoción de destinos. Lídero la implementación de la estrategia de posicionamiento de la Marca Lima, Ciudad de los Reyes, buscando posicionar el Centro Histórico de Lima generando turismo y atrayendo inversiones, con el trabajo coordinado y colaborativo entre el sector público, el sector privado de turismo, la academia y los ciudadanos de Lima. Los cargos desempeñados me han permitido conocer gran parte del territorio nacional, con sus diversas identidades, culturas, realidades, fortalezas y debilidades. Soy una convencida de que la sostenibilidad tiene que estar incorporada y ejercida en nuestro accionar, en todos los campos y que el turismo puede ser un motor que impulse el desarrollo de nuestro país.

### **Caso Marca Lima Ciudad de los Reyes: El Centro Histórico de Lima, volviendo a nuestro Centro**

Se presentarán la oportunidades que ofrece el Centro Histórico de Lima para el establecimiento de nuevos negocios y nuevas inversiones, todo esto generado por el gran y positivo cambio que está experimentando la ciudad gracias al trabajo que está llevando adelante ProLima. Se detallarán las facilidades que se han puesto a disposición de los interesados para implementar sus inversiones, desde el acompañamiento de una ventanilla única hasta los beneficios tributarios.



## DENNY SCHULDT

Product Manager - Brain Studio & Connect, Jelou

### Historia de marca La forma más rápida y segura de construir IA transaccional en WhatsApp

En esta conferencia descubrirás cómo el retail puede construir aplicaciones de inteligencia artificial transaccional directamente en WhatsApp para automatizar ventas, habilitar pagos y optimizar operaciones. Exploraremos cómo las empresas pueden crear experiencias B2C para vender, ofrecer crédito o procesar pagos en el chat; soluciones B2B para interactuar con distribuidores y socios comerciales, herramientas internas que permiten a los equipos operar procesos como aprobaciones, gestión de pedidos o validaciones de identidad desde mensajería, y envío de mensajes masivos para tus clientes.

Aprenderás cómo integrar autenticación, pagos, sistemas empresariales y enviar campañas en aplicaciones de IA que ejecutan operaciones reales de forma segura y escalable, aprovechando el canal digital más utilizado en Latinoamérica.



## ALEJANDRO DELGADO

CEO, SuperPet

Ejecutivo con más de 18 años de experiencia en la industria del retail, en posiciones C-Level en Chile y Perú, y como CEO en el sector supermercadista. Actualmente enfocado en el desarrollo del ecosistema especializado para mascotas, impulsando la innovación, la digitalización y propuestas de valor diferenciada, para lograr un crecimiento sostenible en un mercado altamente dinámico.

### Caso Super Pet: La relevancia del barrio en el plan de crecimiento y en la consolidación de la propuesta de valor

El crecimiento del retail orientado a mascotas ha impulsado una mayor especialización y cercanía con la comunidad y el barrio. Las nuevas tendencias de compra y la omnicanalidad son claves para responder a un consumidor más informado, que reconoce la importancia de la alimentación y el bienestar de su mascota. En este contexto, el retail especialista integra productos, servicios e inmediatez con una experiencia cercana. El desafío es seguir fortaleciendo esta relación para contribuir a una mejor calidad de vida de las mascotas y sus familias.



## OSCAR BARRENA

CEO, Grupo Smart Corp Perú

Ingeniero Industrial con más de 15 años de trayectoria liderando ecosistemas tecnológicos en los sectores retail, corporativo, residencial y educativo. Su enfoque estratégico se centra en la optimización de la experiencia del cliente mediante el uso de tecnologías disruptivas. Como consultor tecnológico y estratégico en mercados clave como Ecuador, Costa Rica, El Salvador, Puerto Rico y Colombia. Posee un MBA en Marketing de Servicios y actualmente cursa un Máster en Industria de Lujo en ESDEN Business School.

### Historia de marca

#### De lo Estático a lo Dinámico: Cómo la Señalización Digital está acelerando el Retail en toda la región

La era de la estática ha terminado; hoy, la competitividad en el retail se mide por la capacidad de respuesta visual en el punto de venta. A través de la señalización digital, las marcas están transformando tiendas pasivas en ecosistemas dinámicos que aceleran la decisión de compra mediante una gestión remota y centralizada. A través de un análisis y estudio cuantitativo conoceremos la transición no es solo una actualización tecnológica, sino una estrategia crítica de conversión para el liderazgo de mercado actual.



## CLAUDIA LESSEUR

Socia Monitor, Deloitte S-LATAM

Socia de Monitor Deloitte, el brazo de consultoría estratégica de Deloitte, enfocada en los sectores de Retail y Bienes de Consumo. Cuenta con más de 20 años de experiencia en consultoría y en la industria, trabajando con empresas líderes de productos de consumo masivo (CPG) y organizaciones del sector minorista. Posee una sólida trayectoria en estrategia corporativa y de unidades de negocio, planeación estratégica, inteligencia de mercado, desarrollo de casos de negocio, y programas de transformación de modelos operativos y de costos. Ha colaborado con empresas en diversos subsectores como, alimentos y bebidas, vestido y calzado, tiendas por departamento, supermercados y otros sectores en América Latina. Claudia tiene una sólida formación en consultoría, enriquecida por su experiencia en la industria, lo que le permite combinar el rigor analítico con un enfoque pragmático en la ejecución.

#### Tendencias de consumo y comportamiento de compra, Gen Z y social commerce al 2026

El consumidor ya no compra como antes, ni por los mismos motivos, ni en los mismos lugares. Hoy, las decisiones de compra se toman entre pantallas, recomendaciones sociales, billeteras digitales y nuevas expectativas de precio, conveniencia y experiencia. El cambio generacional, con la Generación Z ganando peso, está redefiniendo los canales, los formatos y el rol de las marcas, impulsando fenómenos como el social commerce, el agentic commerce y la compra integrada a la vida digital cotidiana. Este bloque explora cómo está evolucionando el comportamiento del consumidor, qué tendencias marcarán el corto y mediano plazo, y cómo el retail debe adaptarse para seguir siendo relevante en un escenario cada vez más competitivo, social y tecnológico.



## JOSÉ YAPUR

Especialista de Innovación,  
Nube e IA, Microsoft

Jose Yapur actualmente se desempeña como Especialista de Innovación, Nube e IA en Microsoft, antes trabajo liderando proyectos de innovación en Arquitectura en el BCP y también como Senior Developer Advocate en Amazon. Se especializa en proyectos de innovación y transformación digital.

### El shopper hiper-informado y cómo adaptar las estrategias de conversión en el mundo de la IA

En esta sesión exploraremos al shopper hiper-informado, un consumidor cada vez menos impulsivo que utiliza herramientas de IA para comparar productos y precios.

Analizaremos cómo ha dejado de usar buscadores tradicionales para interactuar mediante conversaciones con su computadora, o incluso delegar decisiones de compra a agentes. Finalmente, revisaremos qué estrategias permiten seguir convirtiendo visitas en ventas en un entorno digital saturado de estímulos.



## ALESSANDRO ALONSO

Head Office, Nike Perú /  
Nike.com Andina manager

Ingeniero Industrial con más de 20 años de experiencia en retail y negocio digital en multinacionales, actualmente liderando ecommerce (NDDC) e impulsando la omnicanalidad para Nike en la región Andina.

Trayectoria en desarrollo de producto, experiencia en retail físico, marketplaces y manejo de cuentas estratégicas, con foco en rentabilidad y ejecución orientada al consumidor.

### Caso Nike

### Alianza Lima 125 Aniversario: Cómo generar valor con el consumidor desde el contacto emocional

En un contexto donde el consumidor (especialmente Gen Z) ya no compra sólo productos sino significado, Nike transformó el lanzamiento de la camiseta conmemorativa por los 125 años de Alianza Lima en una experiencia cultural y emocional. Este caso muestra cómo una marca puede evolucionar de transacción a conexión, generando valor sostenible a través de autenticidad, experiencia y pertenencia.



## **ARIEL SCHABAS**

CTO, Digital Commerce & CIO,  
Falabella Retail / Falabella Group

### **Cómo la IA está redefiniendo el e-commerce y las operaciones**

La inteligencia artificial está transformando el retail mucho más allá de la experiencia digital.

Desde la personalización en e-commerce hasta la optimización de inventarios, logística y pricing, la IA está redefiniendo cómo operan las empresas. Esta presentación explorará el caso concreto de Falabella y oportunidades para crear operaciones más eficientes y experiencias de compra más relevantes.

## PANEL DE DISCUSIÓN

### Logística bajo presión: cómo ganar la última milla en el retail peruano



**RAFAEL  
CELA**

Vicepresidente de tecnología,  
procesos y operaciones,  
Urbano Express Holding /  
Country Head, Urbano Express Perú



**MIGUEL  
NIÑO**

Head of Ecommerce  
Perú & Ecuador, Rappi



**ARIEL  
SCHABAS**

CTO, Digital Commerce  
& CIO, Falabella Retail /  
Falabella Group

MODERA

**HELMUT  
CÁCEDA SALAZAR**

Presidente ejecutivo, Cámara Peruana  
de Comercio Electrónico



## PANEL DE DISCUSIÓN

### Cerca de las personas: El nuevo retail urbano



**HARRY  
NEIRA**

CEO & Founde,  
Neira Café Lab



**OSCAR  
PIZARRO**

General Manager,  
Tai Loy S.A.



**IORELLA  
RIVERO STAGNARO**

Founder & Creative Director,  
CLUTCH

MODERA

**LICETTE  
ARRESE**

Gerente General,  
Casaideas Perú



# INFORMACIÓN GENERAL

## FECHA

Martes 21 y miércoles 22 de abril 2026.

## LUGAR

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

## INCLUYE

- 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/2,990.00	S/538.20	S/3,528.20
Preventa anual (hasta el 30.12.25) *	S/2,093.00	S/376.74	S/2,469.74
Preventa 1 (hasta el 21.01.26)	S/2,392.00	S/430.56	S/2,822.56
Preventa 2 (hasta el 07.03.26)	S/2,691.00	S/484.38	S/3,175.38
Socio ACCEP y Suscriptor SE **	S/2,302.00	S/414.36	S/2,716.36
Corporativo (precio a partir de 03 inscritos)	S/2,691.00	S/484.38	S/3,175.38
Pagos Web (a través de seminarium.pe)	S/ 2,392.00	S/ 430.56	S/ 2,822.56

\* No acumulable con otras promociones.

\*\* Promoción válida hasta el 07.03.26

## 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)