

21 / 22 de abril

THE WESTIN LIMA HOTEL

23º Congreso Internacional
 **RETAIL 2026**



ALIADOS ESTRATÉGICOS

MEDIA PARTNERS



PARTNERS ESTRATÉGICOS



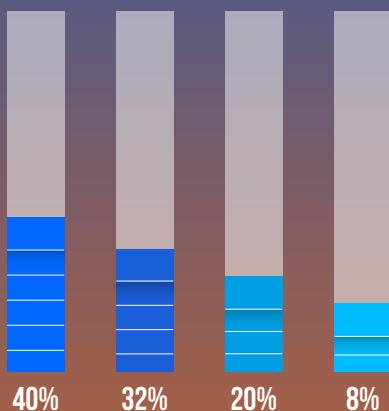
SEMANAeconómica

RETAIL 2026 es el congreso que reúne a los principales gestores, empresarios y profesionales del comercio minorista para analizar los desafíos actuales del sector y proyectar sus próximas transformaciones.

A través de conferencias especializadas, casos de éxito y espacios de networking, el evento aborda las tendencias que están redefiniendo la experiencia del consumidor, la digitalización de los canales y la sostenibilidad en la gestión comercial.

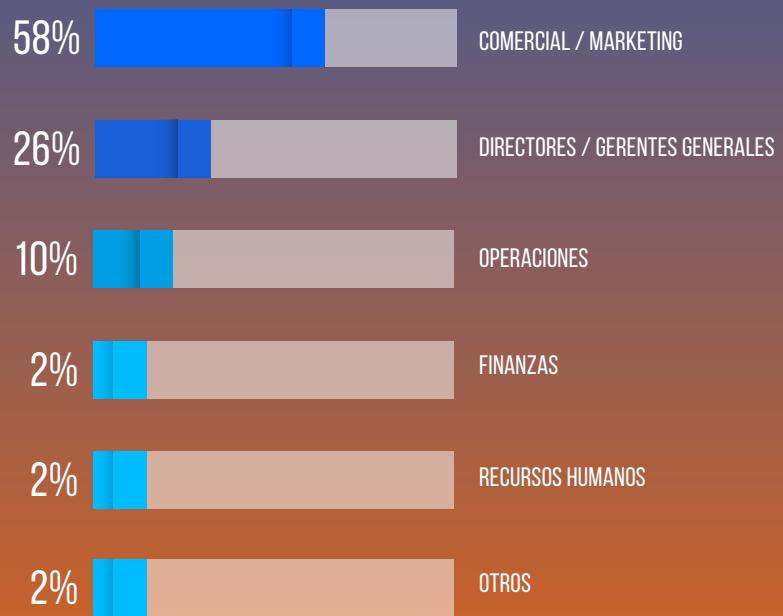


PERFIL POR NIVEL EJECUTIVO



- GERENTES DE ÁREA
- SUBGERENTES Y JEFATURAS
- DIRECTORES Y GERENTES GENERALES
- EJECUTIVOS EN GENERAL

PERFIL POR ÁREA FUNCIONAL



A QUIÉN VA DIRIGIDO •

El **23º 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 2026 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
ARRECE**

Gerente General,
Casaideas Perú



**MARIANA
BECERRA**

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



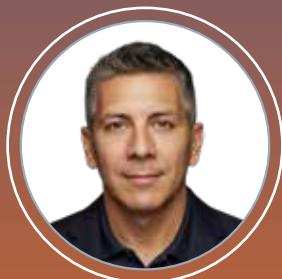
**ALEJANDRO
CAMINO**

Gerente General,
Parque Arauco en Perú



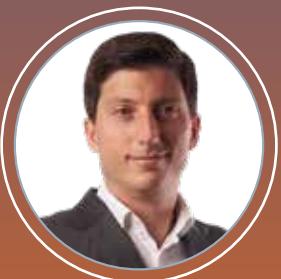
**JOSÉ ANTONIO
CONTRERAS**

Gerente General,
ACCEP



**CARLOS ARMANDO
DE LA FLOR**

CEO, María Almenara
& Silvestre



**MAX
RAMBERG**

Socio, McKinsey
& Company



**ALEX
ZIMMERMAN**

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



**KATIA
RACHITOFF**

Directora Asociada,
Seminarium Perú

EJES TEMÁTICOS



BLOQUE I

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

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.

La verdadera disruptión 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.

BLOQUE II



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



BLOQUE III

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

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.

EJES TEMÁTICOS

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.

BLOQUE IV



DE VUELTA AL BARRIO: INNOVACIÓN EN FORMATOS Y EXPERIENCIAS.

BLOQUE V



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

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



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.



BLOQUE VII

LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EMPIEZA PUERTAS ADENTRO: PERSONAS Y CULTURA.

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.

KEYNOTE SPEAKER

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: Cómo 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 VloggersAwards. 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

LA IA DENTRO DEL NEGOCIO

LA EMOCIÓN DETRÁS DEL CLIC

Cómo conectar emocionalmente con tus clientes

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 general (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

* 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

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

seminarium.pe