

ES URGENTE REPENSAR EL CAMINO HACIA EL CRECIMIENTO

ALTO EN
RENTABILIDAD

ALTO EN
RELEVANCIA

ALTO EN
INNOVACIÓN

Estimados colegas:

Seminarium Perú y la Asociación de Centros Comerciales y Entretenimiento del Perú - ACCEP queremos darles la bienvenida al **17° Congreso Internacional Retail**, evento que tendrá lugar en el Westin Lima Hotel, el 17 y 18 de marzo de 2020.

Este Congreso, al que hemos denominado **Es urgente repensar el camino hacia el crecimiento**, recoge una inquietud permanente entre todos los que somos parte de la industria, y nos invita a una reflexión para entender mejor las estrategias que definirán el futuro de nuestros negocios, centrados en la satisfacción de los clientes y consumidores.

Somos, qué duda cabe, actores relevantes de las economías de los países en los que nos desarrollamos y, especialmente en el Perú, protagonistas del crecimiento sostenido del país. Este protagonismo es una responsabilidad significativa, y espacios como este Congreso se hacen hoy más que nunca imprescindibles porque nos permiten discutir sobre las mejores maneras de afrontarla.

La variedad de temas que conforman la agenda de **Retail 2020** evidencian que la reflexión es amplia: desde analizar las tendencias de los consumidores y los canales; las tecnologías disruptivas en el *retail*; la gestión de data y procesos; la importancia de la omnicanalidad; la experiencia del consumidor; los desafíos del *retail* peruano; y la importancia de la sostenibilidad como elemento diferenciador del sector minorista. Todos conforman el listado de nuestras preocupaciones y oportunidades al mismo tiempo.

Estamos seguros de que las ponencias y mesas que forman parte de este evento enriquecerán la mirada de quienes asumimos la conducción de la industria, para seguir gestionándola de manera responsable, ética, respetuosa, y esta vez potenciada de nuevos modelos que desarrollen el mercado en beneficio de todos los participantes.

CÓMO
PERMANECER

relevantes
innovadores
rentables



MAURICIO
MENDOZA

GERENTE GENERAL
MALL PLAZA PERÚ
PRESIDENTE
COMITÉ CONSULTIVO 2020

A quién va dirigido

El **17º 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

En **Retail 2020** se buscará discutir acerca de la llegada e impacto de las nuevas tecnologías disruptivas en el mundo del *retail*, sobre la importancia de innovar y de apostar por estrategias omnicanales y centradas en la experiencia del consumidor. Se explicarán cuáles son las expectativas del consumidor del futuro latentes en el mercado y cómo adaptarse a los nuevos escenarios, mediante el descubrimiento de nuevas herramientas de gestión para enfrentar tiempos más competitivos.

Retail 2020 busca ser un espacio de difusión de experiencias locales e internacionales, que le puedan servir de referente para sus negocios y le permitan intercambiar ideas con otros participantes, que, como usted, también desean ampliar su red de contactos.

Comité Consultivo



**MAURICIO
MENDOZA**

GERENTE GENERAL
MALL PLAZA PERÚ
PRESIDENTE
COMITÉ CONSULTIVO
2020



**ALEJANDRO
OSÓRES**

GERENTE GENERAL
LINIO PERÚ



**SERGIO
CASARETTO**

DIRECTOR COMERCIAL
CREPIER



**HERNÁN D.
PÉREZ**

GERENTE GENERAL
MAESTRO /
SODIMAC PERÚ



**JOHANNA
INTI**

CEO
DELOSI



**FERNANDO
SORIANO**

GERENTE GENERAL
CINEPLANET



**KATIA
RACHITOFF**

GERENTE GENERAL
SEMINARIUM PERÚ



**ALEXANDRA
ROMERO**

GERENTE DE CONTENIDOS
SEMINARIUM PERÚ

día01

MARTES
17 | MARZO | 2020

- 08:30 - 09:20 *Welcome Coffee*
- 09:20 - 09:30 **Presentación del Evento y Bienvenida**
Katia Rachitoff • *Gerente General, Seminarium Perú*
- 09:30 - 09:40 **Palabras de Bienvenida**
Mauricio Mendoza • *Presidente, Comité Consultivo 2020*

01

Tendencias, consumidores y canales

- 09:40 - 10:10 **Estudio**
Tendencias de consumo y desarrollo de canales de compra en el Perú
Francisco Luna • *Kantar World Panel*
- 10:10 - 11:00 **What Your Customers Really Want... and How to Give it to Them**
Daniel Levine • *Keynote speaker. Avant-Guide Institute. Trends expert*
- 11:00 - 11:30 *Coffee break*

02

Tecnologías disruptivas en el retail

- 11:30 - 12:15 **Technology Trend Showcase**
Daniel Levine • *Keynote speaker. Avant-Guide Institute. Trends expert*
- 12:15 - 12:45 **Caso aplicado al mercado peruano**
Tokenización de centros comerciales
Marco Alejandro Esparza • *Blockchain Life Solutions*
- 12:45 - 01:00 *Q&A*
- 01:00 - 02:20 *Walking Lunch*

03

¿Cómo vender más? Efectividad en la gestión, manejo de data, personas y procesos

- 02:20 - 02:40 **¿Cómo incrementar sus ventas en un entorno 4.0?**
Marcos Vizquerra • *Noval Consulting. Experto en gestión de negocios y productividad*
- 02:40 - 03:10 **Cómo transformar data en insights, tomar mejores decisiones y lograr un crecimiento sostenido**
Christophe De Greift • *NEXUSQUANTS*
- 03:10 - 03:40 **Caso**
Cambio cultural desde las personas: caso cadena de almacenes Éxito en Colombia
Pilar Bermúdez • *Designit*
Sophia Parini Estermann • *Grupo Éxito*
- 03:40 - 04:10 **El nuevo retail no perdona stocks ineficientes**
Amancio Junior • *AnalyticAlways*
- 04:10 - 04:40 *Coffee break*

04

Omnicanalidad Ahora o nunca

- 04:40 - 05:10 **Omnichannel:** The challenge of meeting the new Shopper expectations
Maria Eduarda Lapa • *P&G*
- 05:10 - 05:40 **Glovo como herramienta:** del comercio local al repartidor
Oscar Pierre • *Glovo*

MODERADOR
BLOQUES 01 - 02



MAURICIO
MENDOZA

GERENTE GENERAL
MALL PLAZA PERÚ

MODERADOR
BLOQUE 03



SERGIO
CASARETTO

DIRECTOR COMERCIAL
CREPIER

MODERADOR
BLOQUE 04



ALEJANDRO
OSÓRES

GERENTE GENERAL
LINIO PERÚ

08:30 - 09:20

Welcome Coffee

09:20 - 09:30

Presentación del Evento y Bienvenida

Katia Rachitoff • *Gerente General, Seminarium Perú*

05

Customer Experience

09:30 - 10:15

How a Journey Mindset can Reshape Your Customer Experiences

Kerry Bodine • *Keynote speaker. Co-author «Outside In». Customer experience expert*

10:15 - 10:45

Llevar al límite la experiencia a través de la arquitectura

Jorge Ponce D. • *Broadway Malyan*

10:45 - 11:15

El retorno de inversión en experiencia

Nicolás Fritis • *Ipsos*

11:15 - 11:45

Coffee break

MODERADOR
BLOQUE 05



FERNANDO
SORIANO

GERENTE GENERAL
CINEPLANET

06

Desafíos del retail peruano

11:45 - 12:15

Estudio

Desafíos globales de capital humano, ¿los mismos que en el Perú?

Andrés Gaviria C. • *Korn Ferry*

12:15 - 12:45

El retail como motor de la economía peruana: retos y oportunidades

Katarzyna Dunin • *PwC Perú*

12:45 - 01:30

Panel de discusión

¿Cómo colaboramos en pro del desarrollo del retail peruano?

Juan Carlos Requejo A. • *Viceministro de Trabajo*

Ivo Gagliuffi • *Indecopi*

Leslie Passalacqua • *Gremio de Retail, CCL*

Juan José Calle • *ACCEP*

01:30 - 02:50

Walking Lunch

MODERADORA
BLOQUE 06



ROSA MARÍA
PALACIOS

PERIODISTA Y
ABOGADA

07

¿La sostenibilidad cambiará el panorama minorista?

02:50 - 03:20

The Future of Retail is Mission-driven and Value-based

Raúl Costa • *Patagonia*

MODERADORA
BLOQUES 07 - 08

08

Cómo permanecer relevantes en un mundo disruptivo

03:20 - 04:00

Digital Transformation of the LEGO - brick by brick

Lars Silberbauer • *Keynote speaker. Viacom Digital Studios. Ex-LEGO*

04:00 - 04:10

Clausura

Presidente del Comité Consultivo 2021



KATIA
RACHITOFF

GERENTE GENERAL
SEMINARIUM PERÚ



INTERNATIONAL TRENDS EXPERT DANIEL LEVINE,
HAS THE UNCANNY ABILITY TO HELP BUSINESSES
BE MORE RELEVANT, INNOVATIVE AND PROFITABLE

THE NEW YORK TIMES

DANIEL LEVINE

TRENDS EXPERT /
EXECUTIVE DIRECTOR,
AVANT-GUIDE INSTITUTE

Es uno de los expertos en tendencias más conocidos del mundo. Nombrado «*el último gurú de lo cool*» por CNN, es autor de más de 20 *bestsellers* e invitado frecuente en la televisión y radio internacionales.

Director ejecutivo del Avant-Guide Institute, una consultora de tendencias con sede en Nueva York, donde es el líder de un gran equipo de observadores de tendencias que siguen las últimas ideas de todo el mundo.

Desde American Express y Microsoft, hasta South African Tourism y la OMT, trabaja con empresas y gobiernos de todo el mundo para ayudarlos a ser más relevantes, innovadores y rentables.

KEYNOTE
SPEAKER



WHAT YOUR CUSTOMERS REALLY WANT... AND HOW TO GIVE IT TO THEM

¿Por qué algunas personas eligen comprarle a uno, mientras que otras eligen comprarle a otro? Descubriremos los valores y actitudes reales detrás de por qué compran, comprendiendo las tendencias que están cambiando rápidamente el panorama del consumidor.

Aprenderemos de organizaciones, marcas y productos que están adoptando tendencias con resultados espectaculares. Se compartirán herramientas poderosas que nuestras empresas pueden usar para seguir estas mismas tendencias, atraer más clientes y aumentar las ventas, de una manera que nuestros competidores simplemente no pueden.

TECHNOLOGY TREND SHOWCASE

Los líderes de *retail* necesitan saber qué sucederá. Esta presentación dará una mirada única a los desarrollos importantes en tecnología que están cambiando la forma en que todos vivimos, trabajamos y compramos, con ejemplos emocionantes sobre adónde se dirige la cultura contemporánea.

Se analizarán las últimas tendencias tecnológicas en el sector, como el *blockchain* en la cadena de suministro, la inteligencia artificial en ventas y *marketing*, *retail robots*, la realidad aumentada en el *retail*, el servicio de atención al cliente en realidad virtual, las tendencias en la gestión de las relaciones con los clientes (CRM), el futuro de los móviles y la automatización del hogar.



DELIVERING PROFITABLE CUSTOMER EXPERIENCES REQUIRES A NEW LENS FOR EXAMINING CUSTOMER INTERACTIONS. THAT LENS IS THE CUSTOMER JOURNEY.

KERRY BODINE



KERRY BODINE

CO-AUTHOR OF «OUTSIDE IN» /
CUSTOMER EXPERIENCE
EXPERT

Máster en Interacción Humano-Computadora por la Universidad Carnegie Mellon. Su libro «*Outside In*» ayuda a los líderes empresariales a comprender los beneficios financieros de poner a sus clientes en el centro del negocio.

En 2014, fundó Kerry Bodine & Co., una consultora de experiencia del cliente centrada en el «viaje de clientes», diseño de experiencia y cambio cultural. Es *speaker* frecuente en conferencias y eventos corporativos privados en todo el mundo.

Sus ideas, análisis y opiniones han aparecido en The Wall Street Journal, Harvard Business Review, Fast Company, Forbes y USA Today.

HOW A JOURNEY MINDSET CAN RESHAPE YOUR CUSTOMER EXPERIENCES

El marco del *customer journey* es la piedra angular de cualquier iniciativa exitosa centrada en el cliente. En esta interesante presentación, aprenderemos conceptos clave que nos ayudarán a transformar las iniciativas de éxito de sus clientes y liderar una transformación organizacional más amplia.

Se responderán preguntas como: ¿por qué el *journey mapping* es solo parte del proceso de *Journey Discovery*? ¿Cómo las organizaciones efectivas aprovechan el *journey design* para definir experiencias rentables en el futuro? ¿Cómo colaboran los *journey managers* y los *journey analytics* para hacer posible el *journey delivery*?

KEYNOTE
SPEAKERS



LARS SILBERBAUER

ALL COMPANIES ARE CHALLENGED BY THE SPEED
OF CHANGE, BUT IF YOU ARE THE BEST ADAPTING,
YOU WILL WIN

LARS SILBERBAUER



SVP, VIACOM DIGITAL STUDIOS /
REVOLUTIONIZING BRANDS
THROUGH GLOBAL DIGITAL
TRANSFORMATIONS /
EX-LEGO

DIGITAL TRANSFORMATION OF THE LEGO. BRICK BY BRICK

LEGO era un fabricante de juguetes tradicional y tardó en el ámbito digital. Pero al aplicar un enfoque radicalmente nuevo al espacio digital, la compañía pudo convertirse en el líder digital de la industria en pocos años.

Lars fue el líder que encendió este cambio masivo y compartirá las ideas secretas detrás de esta exitosa transformación.

Actualmente, es Vicepresidente Sénior en Viacom Digital Studios con sede en Nueva York.

Antes de unirse a Viacom en 2018, lideró el éxito global de LEGO en los medios digitales donde construyó desde cero la conocida e innovadora estrategia de video y redes sociales de la compañía de juguetes.

Ha sido nombrado como uno de los 25 marke-
teros más innovadores e influyentes en Europa por el Informe Holmes. También fundó WAVE7, una compañía global que crea marcas digitales.

Oscar Pierre

CEO Y COFUNDADOR, GLOVO

Ingeniero aeroespacial y empresario. Mientras estudiaba, fundó Zikkomo.com, plataforma de solidaridad con 30 niños patrocinados en Malawi. En 2015 fundó Glovo en Barcelona. En 2017 fue catalogado por la revista Forbes como uno de los jóvenes más influyentes.



Glovo como herramienta: del comercio local al repartidor

Oscar nos explicará su historia de éxito, desde cómo en tan poco tiempo ha conseguido posicionarse como una de las principales app de *delivery*, hasta su ambiciosa visión de futuro, pasando por los mayores retos y dificultades con los que se enfrentan a diario en el sector que está revolucionando nuestra forma de comer, consumir y vivir.

Christophe De Greift

MANAGING DIRECTOR, NEXUSQUANTS

Data translator y consultor con trayectoria reconocida en el Perú. Ha asesorado más de 50 empresas en ventas, *marketing*, *supply chain* y estrategia. Su experiencia profesional y formación académica combinan negocio y ciencia: 14 años de consultoría de negocios.

Aprendizaje de empresas peruanas sobre cómo transformar data en *insights* de clientes, mejores decisiones y crecimiento sostenido

Sobre la base de experiencias recientes con empresas peruanas como Yanbal, se compartirán recomendaciones para orientar la organización y la cultura de una empresa hacia la data, partiendo de los usuarios clave y lo que se puede lograr mediante casos de éxito, capacitación, apoyo en resolución de problemas, *storytelling*, herramientas analíticas amigables, modelos analíticos fácilmente interpretables, acceso a buena data, etc.



Katarzyna Dunin

DIRECTOR, PWC PERÚ

Abogada y Magister por la PUCP y especialista en tributos con más de 20 años de experiencia. Asesora en el ámbito tributario a diversas empresas del sector *retail*, colaborando en su estructuración en el marco de la economía digital.

El *retail* como motor de la economía peruana: retos y oportunidades

Se presentará un análisis sobre la situación actual del sector, su problemática y posibles soluciones en pro del desarrollo y la dinamización de la economía del país.



Nicolás Fritis C.

HEAD OF CUSTOMER EXPERIENCE AND
MYSTERY SHOPPING LATIN AMERICA, IPSOS

Más de 20 años de experiencia en investigación y consultoría sobre la experiencia, satisfacción y lealtad de clientes. Especialista en estrategia del cliente, innovación y mejora del desempeño, así como sistemas y plataformas sociales y móviles de CEM y EFM. Profesor en la Universidad de Chile en temas de investigación de mercados y gestión de marcas.



El retorno de inversión en experiencia

Si bien la experiencia de clientes está instalada en las agendas corporativas, estas aún tienen dificultades para valorar y demostrar el retorno de la gestión de clientes. En esta presentación mostraremos con casos aplicados que es posible medir el impacto de la gestión de experiencia de clientes en términos de retención, recomendación, *share* de gasto y costo de atención de clientes.

Amancio Junior

MANAGING DIRECTOR & FOUNDER, ANALYTICALWAYS

Ha liderado más de 70 proyectos de consultoría para *retailers* de moda a nivel internacional. Fundó Analyticalways, consultora de tecnología predictiva que ofrece productos especialmente diseñados para la moda, capaces de mejorar la gestión de la cadena de valor durante los 360° del ciclo de vida del producto.

El nuevo retail no perdona stocks ineficientes

El *retail* está cambiando, pero no su esencia. La diferencia entre una versión anterior y el nuevo *retail 2.0* es que ahora difícilmente sería aceptada una mala práctica en la gestión de *stocks* en cualquier punto de venta. La charla mostrará que existen determinados puntos claves por los que, de una forma rápida, podemos medir y garantizar que el *retailer* está haciendo lo correcto.

Maria Eduarda Lapa C.

E-COMMERCE LA ASSOCIATE DIRECTOR, P&G

Ingeniera con 14 años de experiencia, 12 de ellos en P&G en los que ha trabajado en varios canales de consumo, directos e indirectos, con experiencias con cadenas globales y locales, distribuidores y mayoristas. Otras experiencias fueron gestión de categorías, innovación y comercio electrónico. Ahora ubicada en la sede regional de P&G en Panamá, lidera los canales digitales y la innovación para Latinoamérica, centrándose en *e-bussines*.

Omnichannel: *The challenge of meeting the new Shopper expectations*

En el pasado, el proceso de compra era más simple y lineal; las rutas de compra actuales son mucho más complejas y no solo se debe a que haya jugadores en línea, sino a que ellas se han vuelto más contextuales, y muchos *retailers* han adoptado estrategias *omnichannel*. Cada ruta de compra es única y los *retailers* deben aprovechar las oportunidades para simplificar las tareas de los compradores y guiarlos a tomar mejores decisiones.



Raúl Costa

DIRECTOR OF BRANDS INITIATIVES LATIN AMERICA, PATAGONIA

Es parte de Patagonia Argentina desde sus inicios en 1986, comparte su filosofía de la simplicidad y el compromiso con el medio ambiente. Su experiencia en rugby hace que la pasión sea uno de los principales valores a transmitir por la compañía. Sus maestros y amigos, Yvon Chouinard, Fundador de Patagonia y su esposa Malinda lo formaron en la escuela de los negocios con valores.

The Future of Retail is Mission-driven and Value-based

A través de ejemplos de la experiencia en Patagonia, se mostrará cómo ha construido una empresa exitosa basada en su misión y valores, y se demostrará por qué no solo es mejor para sus trabajadores, sino también para el negocio en sí.



Jorge Ponce D.

MAIN BOARD DIRECTOR, BROADWAY MALYAN

Arquitecto y *Main Board Director* de Broadway Malyan, estudio de arquitectura con más de 60 años y 15 oficinas en todo el mundo. Dirige el estudio de Madrid y los proyectos del grupo en Latinoamérica. Especializado en centros comerciales, en Perú ha trabajado los proyectos de Parque Arauco, Mall Plaza, Mall Aventura, entre otros.

Llevar al límite la experiencia a través de la arquitectura

En tiempos de *e-commerce* y digitalización, la arquitectura comercial está dejando de actuar como un almacén de objetos y progresivamente se transforma en un teatro de experiencias, que prioriza el espacio exterior y cuida el entorno, que utiliza el interiorismo como herramienta para hacerse mágico y atraer a la gente con la misma lógica de un buen espectáculo.



Marcos Vizquerra

SOCIO, NOVAL CONSULTING

Tiene experiencia internacional dirigiendo y desarrollando proyectos orientados a impactar directamente en el estado de resultados a largo plazo, a través de la implementación de planificación estratégica, sistemas de trabajo, programas de productividad y reingeniería, gestión del cambio, etc.

¿Cómo incrementar sus ventas en un entorno 4.0?

El psicólogo David Lewis definió el término *Information Fatigue Syndrome* como el síndrome de fatiga por exceso de información, que se encuentra más vigente que nunca en la industria del *retail*. En este espacio, intentaremos simplificar este arduo reto y lidiar de manera sencilla con los elementos complejos del *retail* en un ambiente sumamente dinámico.



Desafíos globales de capital humano, ¿los mismos que en el Perú?

El impacto en las tendencias de capital humano se ha sentido primariamente en las industrias de tecnología, telecomunicaciones, banca y seguros, y *retail*. El impacto más visible para el consumidor y para el talento de estos sectores ha sido en banca y en *retail*. ¿Qué está pasando en el mundo y cómo nos impacta en el Perú desde la perspectiva de la relación entre las tendencias y el impacto de las decisiones que debemos tomar en talento humano?



ANDRÉS
GAVIRIA C.

OMD & SENIOR CLIENT
PARTNER PERÚ,
KORN FERRY



FRANCISCO
LUNA

COUNTRY MANAGER,
KANTAR WORLD
PANEL

Tendencias de consumo y desarrollo de canales de compra en el Perú

Se mostrará información actualizada sobre las tendencias de consumo de los hogares, el desarrollo de los canales de compra en el Perú y las claves del éxito de las compañías que han crecido en el último año. Esta información estaría comparada con las tendencias de Latinoamérica para ver la evolución del Perú en perspectiva.

Tokenización de centros comerciales

Imagina un mundo donde podamos supervisar compras y pagos, donde no haya operaciones secretas ni fraudulentas, y las transacciones deban ser sustentadas no por una sola entidad, sino por cada uno de nosotros. Todos como testigos. Ahora puedes dejar de imaginar: llegó la revolución de la *blockchain*, que busca mejorar la rentabilidad y la inteligencia en los datos obtenidos con las nuevas interacciones con los clientes.



MARCO A.
ESPARZA

VICEPRESIDENTE FUNDADOR,
BLOCKCHAIN
LIFE SOLUTIONS

Cambio cultural desde las personas: caso cadena de almacenes Éxito en Colombia

La simbiosis entre el diseño de servicios y la agilidad se ha convertido en la base para acelerar el lanzamiento de nuevas experiencias de servicio, y un apoyo para la escalabilidad a nivel nacional, creando una cultura de transformación. Utilizamos métodos de investigación, nuevos modelos de gestión y herramientas de diseño de servicio, a fin de ayudar al personal de ventas a ofrecer una mejor experiencia al cliente. Como resultado, reformamos una cultura de ventas organizacional que beneficiará, inicialmente, a 900 personas de ventas y cadena de gestión.



**PILAR
BERMÚDEZ**

DIRECTORA EJECUTIVA
LATAM
DESIGNIT



**SOPHIA
PARINI**

LÍDER DE EJECUCIÓN
DE ELECTRODIGITAL
GRUPO ÉXITO

PANEL DE DISCUSIÓN

¿Cómo colaboramos en pro del desarrollo del retail peruano?



**JUAN JOSÉ
CALLE**

PRESIDENTE
ACCEP



**IVO
GAGLIUFFI**

PRESIDENTE DEL
CONSEJO DIRECTIVO
INDECOPI



**LESLIE
PASSALACQUA**

PRESIDENTA
GREMIO DE RETAIL, CCL



**JUAN CARLOS
REQUEJO A.**

VICEMINISTRO
MINISTERIO DE TRABAJO



MODERADORA
**ROSA MARÍA
PALACIOS**
ABOGADA Y PERIODISTA

FECHA / LUGAR

El congreso se realizará el **17 y el 18 de marzo** de 2020 en **The Westin Lima Hotel & Convention Center**. Calle Las Begonias 450, San Isidro, Lima.

HORARIO

Día 1

Registro: Desde las 08:30 AM

Congreso: De 09:20 AM a 05:40 PM

Día 2

Registro: Desde las 08:30 AM

Congreso: De 09:20 AM a 04:40 PM

INCLUYE

- Interpretación simultánea (inglés/español).
- Kit de bienvenida.
- *Walking lunch* y *coffee breaks*.
- Las presentaciones autorizadas por los expositores estarán disponibles al finalizar el Congreso.

ESTACIONAMIENTO

Ofrecemos tarifa plana en la playa de estacionamiento del hotel a un costo de S/ 23.00, incluido IGTV (sujeto a disponibilidad).

CERTIFICADOS

Los ejecutivos que asistan al congreso recibirán un certificado digital de participación.

INVERSIÓN *

	NETO	IGV	TOTAL
Congreso completo (2 días)	S/ 2,680.00	S/ 482.40	S/ 3,162.40
Un solo día	S/ 1,610.00	S/ 289.80	S/ 1,899.80
Corporativo (desde 3 inscritos)**	S/ 2,599.60	S/ 467.93	S/ 3,067.53
Asociado ACCEP (congreso completo)	S/ 2,144.00	S/ 385.92	S/ 2,529.92
Asociado ACCEP (1 día)	S/ 1,288.00	S/ 231.84	S/ 1,519.84

PRECIOS EXPRESADOS EN SOLES

* Valor de inscripción por persona

** Solo aplica para congreso completo

ANULACIONES

Solo se aceptarán anulaciones siete días hábiles 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 congreso.

SEMINARIUM PERÚ

informes@seminarium.pe

+511 610 7272 opción 1

Av. Roosevelt 6435, Miraflores. Lima, Perú

congresoderetail.pe



S P O N S O R S



M E D I A P A R T N E R S

