

11° LATAM RETAIL CONGRESSHOP® 2022

30 Y 31
MARZO

11° LATAM RETAIL CONGRESSHOP® 2022

El LATAM Retail Congressshop pone foco y construye su agenda con base en 4 miradas del negocio:

1. Tenemos la mirada de la diferentes formatos del Retail (por ejemplo canal de conveniencia, supermercados, mejoramiento del hogar, e-commerce, centros comerciales, farmacias, tiendas departamentales, tiendas especialistas, canal tradicional).
2. La mirada de las diferentes funciones claves en la operación del negocio (por ejemplo shopper marketing, customer experience, supply chain, innovación, logística, última milla, ventas, operaciones, sustentabilidad, tecnologías, recursos humanos, inteligencia artificial).
3. También la perspectiva de los negocios o categorías que más crecen impactando positivamente a la industria como un todo (por ejemplo textil y moda, lujo, mascotas, ocio y diversión, tercera edad, tecnología, comida sana, deportes, outdoor y otros).
4. La mirada más política y económica de las realidades de los países en la región con tendencias y expectativas de crecimiento, fusiones, adquisiciones, llegadas de nuevos jugadores, y supuestos de retiradas de jugadores del mercado.

CONOCE LOS 3 OBJETIVOS PRINCIPALES

- LATAM RETAIL CONGRESS SHOP es el principal evento en Latinoamérica que reúne a los principales expertos y líderes del retail, que permite a sus ejecutivos actualizarse anualmente en las principales tendencias, oportunidades, desafíos, innovaciones, casos de éxito y mejores prácticas, de la industria a nivel global y regional. Así como potenciar el desarrollo de sus personas y mejorar la competitividad de su organización.
- El propósito específico de este evento además de actualizar e incorporar nuevos conocimientos y experiencias internacionales, es ayudar a los ejecutivos de Latinoamérica a desarrollar y mejorar sus planes de negocio para poder competir y crecer eficientemente, recibiendo concejos concretos para su empresa.

11º LATAM RETAIL CONGRESSHOP® 2022

- El propósito de LATAM RETAIL CONGRESSHOP es incorporar nuevos conocimientos y experiencias internacionales a la gestión estratégica y operativa de sus ejecutivos, agregando valor a través de contenidos teóricos y prácticos al negocio, como sus habilidades gerenciales, desde una perspectiva global que analiza el impacto y la evolución de esta industria en Latinoamérica. En este muy especial año de pandemia el objetivo es ayudar a reconstruir las industrias del retail y consumo masivo, pilares fundamentales en la reconstrucción de nuestras economías en los países.

¿QUIÉNES DEBEN ASISTIR?

Personas ejecutivas que participan de la industria del retail y del consumo masivo que buscan actualizarse con lo último de su industria y buscar nueva oportunidades de crecimiento:

CEO's, Directores, Directoras y Gerentes Generales

Gerentes de Supply Chain, Logística, y profesionales de la Cadena de Abastecimiento.

Gerentes de Tiendas, de Bodegas, de Inventarios, Gerentes de Servicio al Cliente.

Gerentes de Marketing, Product Managers, Category Managers, y Brand Managers.



Vicepresidentes de Marketing, Directores Comerciales, de Finanzas, y Operaciones.

Gerentes de Ventas, Gerentes de Canal, y Key Account Managers.

Agencias de Publicidad, directores creativos, diseñadores y publicistas.

Responsables de desarrollo de Experiencia de compras, jefes de planogramas, visual merchandising.

Gerentes de empresas de Investigación de Mercado y observadores de tendencias interesados en búsqueda de modelos emergentes.

SPEAKERS



 [FABIEN ALLÈGRE](#)

FABIEN ALLÈGRE

DIRECTOR OF MERCHANDISING AND PARIS SAINT GERMAIN BRAND
DIVERSIFICATION



 [JAVIER SAN JUAN](#)

JAVIER SAN JUAN

PRESIDENTE L'OREAL LATAM REGION



 [BELÉN FRAU](#)

BELÉN FRAU

GLOBAL DEPUTY RETAIL MANAGER IKEA GROUP



 [HAROLD MICHELSEN](#)

HAROLD MICHELSEN

MARKETING MANAGER CHILE, PERU Y URUGUAY