

XII  
CONGRESO  
CHILENO  
DE VENTAS  
**COVE 2019**



# ENDGAME.

El fin de la venta como la hemos  
conocido...

12 de Septiembre | 8:30 a 14:00 hrs. | CasaPiedra

# Hoy vemos oportunidades y desafíos en los cambios en los patrones y parámetros de consumo...

Hoy vemos oportunidades y desafíos en los cambios en los patrones y parámetros de consumo.

Los inmigrantes generan ahorro pero no consumen. Se han duplicado las remesas hacia el extranjero en dos años. Las ventas por internet han cambiado el cómo, cuándo y qué se compra. Observamos aumento del consumo fuera del hogar, pero también dentro del hogar con los delivery. Clubes de suscripción, viajes, postgrados, vehículos, cocina gourmet... Los jóvenes apuestan por arrendar y compartir bienes más que a por tener bienes. ¿Cuál es el impacto y el futuro de estas tendencias?

El valor se está desplazando hacia la última milla y cada vez cobran mayor relevancia la logística, los medios de pago y la experiencia como articuladores y generadores de valor. Esto no está exento de problemas. Así, por ejemplo, si la logística pasa a formar parte del

producto y sube su ponderación en la cadena de valor ¿cómo gestionar esta relación cuando está en manos de terceros? Por otra parte, el foco estratégico se desplaza hacia las relaciones externas y cobra especial valor la asociatividad, la cooperación retail-proveedores y la “relación” con algoritmos que ordenan y condicionan la interacción entre marcas, clientes, proveedores y consumidores.

¿Dónde estará el margen? En la medida en que los productos se comoditizan, se hace necesario buscar la ventaja competitiva con servicios diferenciados, comunicaciones continuas y especial atención a la experiencia de los clientes. La perspectiva de largo plazo se vuelve cada vez más relevante (*“life time value”*) lo que se expresa en un “producto ampliado” (*producto + servicio*), el diseño de experiencias y modelos de suscripción. En ese contexto, emergen joint ventures con otras empresas o emprendedores para modificar paradigmas y mejorar la experiencia, lo

que refuerza la importancia creciente de modelos de cooperación.

Si poner al cliente en el centro es el principal cambio que deben llevar a cabo las organizaciones, es necesario desarrollar nuevas formas de leer el mercado y anticipar las tendencias. Esto también demanda nuevas capacidades, trabajo en equipo, nuevas herramientas e indicadores clave de gestión.

¿Cómo desarrollar organizaciones ágiles, con canales de comunicación abiertos a consumidores y dispuestas a equivocarse y a adaptarse al cambio permanentemente? ¿Cómo lograr que Ventas y Marketing desarrollen un trabajo coordinado para la entrega de productos customizados donde la retroalimentación y lectura del mercado del área de ventas sea un activo clave y pueda proporcionar respuestas rápidas y efectivas a los clientes?

**icare**

**SESIÓN 1** | 08:30 a 10:30 hrs.

# VENDER EN UN MUNDO QUE CAMBIA

Hoy vemos oportunidades y desafíos en los cambios en los patrones y parámetros de consumo. Los inmigrantes generan ahorro pero no consumen. Se han duplicado las remesas hacia el extranjero en dos años. Las ventas por internet han cambiado el cómo, cuándo y qué se compra. Observamos aumento del consumo fuera del hogar, pero también dentro del hogar con los delivery. Clubes de suscripción, viajes, postgrados, vehículos, cocina gourmet... Los jóvenes apuestan por arrendar y compartir bienes más que a por tener bienes. ¿Cuál es el impacto y el futuro de estas tendencias?



Preside:

**VERÓNICA EDWARDS**

Vicepresidenta del Círculo de  
Marketing de ICARE

## EL CONSUMIDOR DEFINE LAS REGLAS



### **MARIBEL VIDAL /**

Vicepresidenta y Directora de Planificación  
Estratégica de McCann WorldGroup

Licenciada en Publicidad y Comportamiento del Consumidor de la Universidad del Pacífico. Graduada en Liderazgo y Estrategia de la Universidad de Columbia. Coach en Ontología del Lenguaje y Comunicación Persuasiva. 32 años de experiencia profesional en estrategia, conducta del consumidor, creatividad e innovación. Ha dirigido numerosos y variados estudios sobre el consumidor chileno, y es considerada una experta en el tema.

## DATA AL SERVICIO DEL CLIENTE



### **TOMÁS DURANDEAU /**

Gerente General de Unidata

Ingeniero comercial y MBA con basta experiencia en marketing en empresas multinacionales de consumo masivo en Chile, Australia y Singapur. En retail, se desempeñó como Gerente de Marketing de Unimarc y Gerente Corporativo de Marketing y Clientes de SMU. Actualmente es el Gerente General de Unidata, responsable de transformar los datos de los clientes en una mejor experiencia para ellos y en una ventaja competitiva para SMU y sus socios estratégicos.

## DEL B2B AL “HUMAN TO HUMAN”



### **MILENA OLIVEIRA /**

Gerente General de 3M Cono Sur

Posee una trayectoria de 19 años en 3M. Desde Octubre de 2018 es Gerente General de 3M Cono Sur: Argentina, Chile y Uruguay. Previamente se desempeñó como Directora Global de Marketing para la División de Cintas y Adhesivos Industriales en EEUU. Estudió Administración de Empresas en la Universidad Católica de Campinas y tiene un Master en Administración de Empresas del Carlson School of Management de la Universidad de Minnesota, Estados Unidos.

**SESIÓN 2** | 11:00 a 12:00 hrs.

# ¿DÓNDE ESTÁ EL VALOR?

¿Dónde estará el margen? En la medida en que los productos se comoditizan, se hace necesario buscar la ventaja competitiva con servicios diferenciados, comunicaciones continuas y especial atención a la experiencia de los clientes. La perspectiva de largo plazo se vuelve cada vez más relevante (*‘life time value’*) lo que se expresa en un “producto ampliado” (*producto + servicio + valor*), el diseño de experiencias y modelos de suscripción. En ese contexto, emergen joint ventures con otras empresas o emprendedores para modificar paradigmas y mejorar la experiencia, lo que refuerza la importancia creciente de modelos de cooperación.



Preside:

**DANIEL VERCELLI**

Vicepresidente Adjunto de  
Operaciones, Latinoamérica  
Sur, en The Coca-Cola Company

## DÓNDE ESTARÁ TU MARGEN



### JAIME FERNÁNDEZ /

Gerente de Ventas y Canales de SKY Airline

Ingeniero Comercial de la Universidad Adolfo Ibáñez y MBA en Fundação Getulio Vargas. Cuenta con más de 10 años de experiencia gerencial en áreas comerciales y de operaciones en Chile y en el extranjero. Desde 2014 se desempeña como Gerente de Ventas y Canales de SKY, siendo parte de la transformación de la compañía para convertirse en una aerolínea low cost, reconocida por segundo año consecutivo como la “Mejor Low Cost de Sudamérica”.

## EL VALOR EN LA ÚLTIMA MILLA



### CARLOS HONORATO /

CEO de ALTO Track

Ingeniero Comercial con MBA en Babson College. El 2019, asume como CEO de ALTO Track, unidad de negocios del holding responsable de proporcionar soluciones tecnológicas y eficientes para minimizar las pérdidas patrimoniales en ruta y aumentar la eficiencia operacional de los negocios. Previamente se desempeñó como Gerente Corporativo de Ripley.com. En el año 2010, trabajó como Subdirector Internacional en ProChile y en 2013 como director de la entidad.

## EL PRODUCTO AMPLIADO



### JOSÉ MANUEL MOLLER /

Fundador de Fracción

Ingeniero Comercial y Magíster Aplicado en Diseño Avanzado (MADA) de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Fundador de Algramo, empresa referente a nivel mundial en economía circular de consumo masivo y Fracción empresa digital de venta de medicamentos por dosis a precios justo. Además ha sido nombrado como Ashoka Fellow y Young Global Leader del Foro Económico Mundial.

**SESIÓN 3** | 12:30 a 14:00 hrs.

# EL CAMBIO CULTURAL DE LA ORGANIZACIÓN COMERCIAL



Preside:  
**LORENZO GAZMURI**  
Presidente del Círculo de  
Marketing de ICARE

Si poner al cliente en el centro es el principal cambio que deben llevar a cabo las organizaciones, es necesario desarrollar nuevas formas de leer el mercado y anticipar las tendencias. Esto también demanda nuevas capacidades, trabajo en equipo, nuevas herramientas e indicadores clave de gestión.

¿Cómo desarrollar organizaciones ágiles, con canales de comunicación abiertos a consumidores y dispuestas a equivocarse y a adaptarse al cambio permanentemente? ¿Cómo lograr que Ventas y Marketing desarrollen un trabajo coordinado para la entrega de productos customizados donde la retroalimentación y lectura del mercado del área de ventas sea un activo clave y pueda proporcionar respuestas rápidas y efectivas a los clientes?



## EL CAMBIO ES UN VIAJE DONDE NUNCA LLEGAS



**FACUNDO POROLLI /**  
Gerente Comercial de Agrosuper

Su trayectoria de 17 años en Agrosuper comenzó como Product Manager; Sales Director y Country Manager Norteamérica con base en Atlanta, Estados Unidos; y Gerente de Ventas Sucursales y Canal Tradicional para Chile. Es Licenciado en Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Cuyo, Argentina; MBA de la Universidad Adolfo Ibáñez y diversos Executive Programs con foco comercial en Harvard, Kellogg y Chicago Booth School of Business.

## LO QUE PODEMOS APRENDER DEL B2B



**ARI BERMANN /**  
Vicepresidente Comercial Sudamérica de Aramark

Ingeniero Comercial de la UDP y MBA de la University of Southern California, Marshall School of Business. En Aramark ha cristalizado un impulso estratégico en el crecimiento de la compañía a través de experiencia, productividades y sinergias en B2B, siendo reconocido con el TopLine Award. Fue docente en programas de MBA de la PUC, U. de Chile y de la UDD, y mentor de Endeavor para el desarrollo de emprendedores de alto impacto y activo miembro de Emprende tu Mente.

## HACIÉNDOLA



**OSCAR MUÑOZ /**  
Fundador de HACIENDOLA.COM

A los 18 años, creó Green Glass, un emprendimiento que desde el 2010 opera en Chile y ahora se abre paso en Colombia y en Brasil. Ganador de Capital Semilla, Prae Corfo, Jump Chile, 100 jóvenes líderes El Mercurio y Bayern Young Environmental Envoy. Fundador el 2014 de Haciendola.com empresa que desde el 2016 busca motivar, empoderar y ayudar a emprendedores a vivir de lo que aman a través de asesorías y programas especializados para ecommerce.

# SESIÓN 1

8:30 a 10:30 hrs.

## VENDER EN UN MUNDO QUE CAMBIA

Preside

**Verónica Edwards**, Vicepresidenta del  
Círculo de Marketing de ICARE

---

### EL CONSUMIDOR DEFINE LAS REGLAS

**Maribel Vidal**

Vicepresidenta y Directora de Planificación  
Estratégica de McCann WorldGroup

---

### DATA AL SERVICIO DEL CLIENTE

**Tomás Durandean**

Gerente General de Unidata

---

### DEL B2B AL “HUMAN TO HUMAN”

**Milena Oliveira**

Gerente General de 3M Cono Sur

**Coffee Break** / 10:30 a 11:00 hrs.

# SESIÓN 2

11:00 a 12:00 hrs.

## ¿DÓNDE ESTÁ EL VALOR?

Preside

**Daniel Vercelli**, Vicepresidente Adjunto de  
Operaciones, Latinoamérica Sur, en The Coca-  
Cola Company

---

### DÓNDE ESTARÁ TU MARGEN

**Jaime Fernández**

Gerente de Ventas y Canales de SKY Airline

---

### EL VALOR EN LA ÚLTIMA MILLA

**Carlos Honorato**

CEO de ALTO Track

---

### EL PRODUCTO AMPLIADO

**José Manuel Moller**

Fundador de Fracción

**Coffee Break** / 12:00 a 12:30 hrs.

# SESIÓN 3

12:30 a 14:00 hrs.

## EL CAMBIO CULTURAL DE LA ORGANIZACIÓN COMERCIAL

Preside

**Lorenzo Gazmuri**, Presidente del Círculo de  
Marketing de ICARE

---

### EL CAMBIO ES UN VIAJE DONDE NUNCA LLEGAS

**Facundo Porolli**

Gerente Comercial de Agrosuper

---

### LO QUE PODEMOS APRENDER DEL B2B

**Ari Bermann**

Vicepresidente Comercial Sudamérica de  
Aramark

---

### HACIÉNDOLA

**Oscar Muñoz**

Fundador de HACIENDOLA.COM

INSCRIPCIÓN	SOCIOS ICARE	PÚBLICO GENERAL
Inscripción individual	UF 16	UF 20
Inscripción Corporativa / 4 personas	UF 56	UF 68
Inscripción Corporativa / 8 personas	UF 96	UF 120
Inscripción Corporativa / 12 personas	UF 120	UF 156

Inscripciones en **icare.cl**

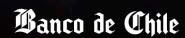
**+ INFO**

+56 2 2280 5300

info@icare.cl

- La inscripción corporativa tiene valor global y no es fraccionable por asistencia
- No se recibirán inscripciones el día del evento
- Anulaciones sólo por escrito hasta el martes 10 de septiembre de 2019

## SOCIOS COLABORADORES 2019



an NTT DATA Company

