

# JORNADA

## TRANSFORMANDO LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN RESULTADOS ECONÓMICOS

MARTES 19 DE MARZO  
7:30 A.M.

JW MARRIOTT HOTEL LIMA  
MALECÓN DE LA RESERVA 615, PISO 4  
SALÓN SAN MARTÍN, MIRAFLORES

CONFIRMACIONES  
[confirmaciones@apdperu.org](mailto:confirmaciones@apdperu.org)

**apd**

**KPMG**

Lima, marzo de 2019.

Estimado amigo:

Hoy, más que nunca, los clientes esperan excelencia en sus experiencias de compra. Esta excelencia se construye con el entendimiento cabal de sus necesidades y sus emociones, con ofertas de productos y servicios personalizados—eliminando el tiempo y el esfuerzo para adquirirlos— y ganando su confianza. Las empresas se valoran como íntegras cuando cumplen con la promesa de la marca.

Este es un escenario radicalmente diferente a aquel donde el cliente debía ajustar sus necesidades a la oferta de las empresas que producían o vendían los productos que aquellos buscaban. La aparición de las tecnologías digitales, los dispositivos móviles y las redes sociales, en particular, han acelerado la transferencia de poder de decisión de la empresa al cliente. Así, este se convierte en el verdadero protagonista de la experiencia de compra.

La experiencia del cliente constituye hoy el nuevo escenario competitivo y el primer activo verdaderamente distintivo para las empresas, más allá de las características estructurales de un producto, como son la calidad, la tecnología y el precio. Cinco años de investigación cumplidos por KPMG demuestran que cada relación excepcional con los clientes tiene determinadas características—que han sido agrupadas en seis categorías, a las que se ha llamado los seis pilares— que han demostrado brindar mejores resultados, acelerar el crecimiento y entregar mayor valor económico para la empresa y sus accionistas.

De allí que sea indispensable innovar en el diseño de la experiencia del cliente considerando estas características, y que ello se ejecute rápidamente. Las expectativas de los clientes pueden cambiar, y las marcas deben tener siempre presente que la tarea nunca está completa.

Por ello, hemos organizado este evento, en el que lo invitamos a participar, el mismo que cuenta con el valioso auspicio de la propia KPMG. De esta manera, los interesados podrán conocer de primera mano los aspectos metodológicos que combinan la experiencia del cliente con técnicas de investigación de campo, y entender de manera más profunda la relación de sus clientes con su marca y el vínculo que debe llegar a establecerse.

En espera de encontrarnos en esta Jornada, le renovamos nuestro afectuoso saludo.

Muy atentamente,



Luis Bustamante Belaunde  
Presidente Ejecutivo



# PROGRAMA

7:30 a.m.	Registro de asistentes Desayuno – <i>Networking</i>	8:10 a.m.	Presentación Eliana Barrantes Gerente Senior KPMG Perú	José Luis Najarro Socio de KPMG Perú
8:00 a.m.	Palabras de bienvenida Luis Bustamante Belaunde Presidente Ejecutivo de APD		Renato Keila Gerente KPMG Brasil	Renato Keila Gerente KPMG Brasil
	Mariano Zegarra Socio de <i>Advisory</i> KPMG Perú	9:30 a.m.	Panel Mariano Zegarra Socio de KPMG Perú	Diego Quiroz Gerente de Transformación Digital – Telefónica del Perú
				10:00 a.m. Fin de la Jornada

## Temario

- Los momentos que importan
- *Framework* de KPMG en la Experiencia del Cliente
- Los 6 pilares de la Experiencia del Cliente
- El impacto económico de la Experiencia del Cliente
- Transformando la Experiencia del Cliente
- Casos de uso local y regional

### Renato Keila

Gerente de Customer Experience en KPMG Brasil. 15 años de experiencia profesional en marketing y comunicaciones, investigación, estrategia y experiencia del consumidor, liderando exitosos proyectos de marcas líderes en sus segmentos, en diversos sectores como telecomunicaciones, automovilístico y hospitalario, donde se generaron iniciativas que aumentaron el nivel de satisfacción del cliente y los resultados financieros.

### Eliana Barrantes

Gerente Senior en KPMG Perú. 18 años de experiencia en áreas de tecnología liderando proyectos de transformación en el sector financiero, minero, retail, consumo masivo, entre otros. *Executive Master in Operations & Technology* con Altos Honores (INCAE *Business School*) y MBA (Centrum Católica).

### Diego Quiroz

Gerente de Transformación Digital en Telefónica Perú. 11 años de experiencia en el área comercial y marketing del segmento masivo en el rubro de telecomunicaciones. MBA con especialización en Innovación (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey). Certificación *Customer Experience Management*.

### José Luis Najarro

Socio de *Advisory* en KPMG Perú. 24 años de experiencia en consultoría de procesos y tecnología. Egresado de la Facultad de Ingeniería Industrial (Universidad de Lima). Es Master en Finanzas con especialización en gestión de inversiones. Certificación PMP (*Project Management Professional*) y Arquitecto de Innovación (SIT, *Systematic Inventive Thinking*).

### Mariano Zegarra

Socio de *Advisory* en KPMG. Más de 25 años de experiencia local e Internacional en consultoría de negocios y de TI, en empresas de clase mundial, primordialmente en los sectores de energía eléctrica, telecomunicaciones y servicios financieros (banca y seguros).





**Asociación para el Progreso de la Dirección (APD) – Perú**  
Emilio Cavenecia 225, Torre I, Oficina 420, San Isidro, 15073 Lima  
(01) 421 5850 · confirmaciones@apdperu.org  
[www.apdperu.org](http://www.apdperu.org)

**apd**

**KPMG**

### CUOTA DE INSCRIPCIÓN

Socios Patrocinadores	Número de entradas que requieran para sus miembros e invitados	Sin pago
Socios Generales	Dos entradas para sus miembros o invitados	Sin pago
No Socios	Entrada personal	US\$ 300 (+ IGV) • S/1,000 (+ IGV)

### \* FORMAS DE PAGO

Abono directo o Transferencia bancaria	BBVA Dólares: 011 0179 0200446970 92 BCP Dólares: 193 2206537 1 61	BBVA Soles: 011 0179 0200446962 99 BCP Soles: 193 2217239 0 52
Transferencia interbancaria	BBVA Dólares: 011 179 000200446970 92 BCP Dólares: 002 193 002206537161 13	BBVA Soles: 011 179 000200446962 99 BCP Soles: 002 193 002217239052 12
Tarjeta Visa	Pago Link Visa	

\* La obligación de pago se genera con la confirmación de la asistencia al evento, sin devolución en caso de inasistencia