



## IV Seminario Electro de AECOC

22 DE MAYO 2012. MADRID



## IV Seminario Electro de AECOC

22 DE MAYO 2012. MADRID

### La Misión de AECOC

Contribuir a hacer más eficientes y sostenibles las relaciones entre las empresas de producción y distribución, aportando mayor valor al consumidor a través de la identificación de oportunidades de mejora a lo largo de toda la cadena.

### Sede Congreso

Hotel Silken Puerta Madrid  
C/Juan Rizi 5, Madrid 28027  
T. 91 743 83 00

REINVENTANDO  
EL MERCADO  
PARA CREAR VALOR

Contacte  
con nosotros



Miembro de:



Ronda General Mitre, 10  
08017 Barcelona  
T. 93 252 39 00 - F. 93 280 21 35

[www.aecoc.es/eventos/forosanitario](http://www.aecoc.es/eventos/forosanitario)

Organiza:



## ¿A quién va dirigido?

### Perfil de empresa:

Fabricante/Importador, Distribuidor, Cooperativa, Grupo de Compras, Mayorista y cualquier otro operador del sector de los Electrodomésticos y la Electrónica de Consumo.

### Perfil de asistente:

Presidente, Consejero, Director General, Gerente y Director del área de: Compras, Marketing, Comercial, Ventas, Operaciones, Desarrollo de negocio y Logística

---

## Gracias a la colaboración de los miembros del Comité Electro de AECOC por su labor en la realización de este seminario

ALCAMPO · CARREFOUR · DHL · EL CORTE INGLES · EROSKI · ESPRINET · EURONICS  
FNAC · GAMES STORE · HP · LG · MEDIA MARKT · PANASONIC · PHILIPS · SAMSUNG  
SINERSIS · SONY · TEKA · URENDE · VIVANCO



### PRECIO

Asociados a AECOC  
390,00 € + 18% IVA  
No asociados a AECOC  
585,00 € + 18% IVA

### MÁS INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES:

[www.aecoc.es/eventos/electro](http://www.aecoc.es/eventos/electro)



## IV Seminario Electro de AECOC

22 DE MAYO 2012. MADRID

## REINVENTANDO EL MERCADO PARA CREAR VALOR

Tras el éxito de las tres primeras ediciones, el Comité Electro de AECOC ha decidido dar un paso más para convertir este evento en el punto de encuentro y relación de fabricantes, distribuidores y otros operadores del sector de los Electrodomésticos y la Electrónica de Consumo realmente interesados en crear tendencias, liderar cambios y hacer crecer el mercado.

El sector Electro es uno de los que más está acusando la crisis en la actualidad. La férrea competencia, muchas veces basada en prácticas comerciales muy agresivas que arrastran al resto de agentes de la cadena, puede desencadenar en una destrucción de valor difícil de recuperar en el futuro. A pesar de que internet y la innovación tecnológica brindan muchas oportunidades de negocio tanto a fabricantes como a distribuidores, sigue siendo imprescindible reinventar el sector, desarrollar nuevas palancas y estímulos de crecimiento y generar más confianza al consumidor.

Bajo el lema "Reinventando el mercado para crear valor" el seminario de este año pretende descubrir nuevas tendencias, estrategias y formas de trabajar que contribuyan a mejorar los resultados actuales de las empresas y a sembrar un futuro con crecimiento sostenido.

## ¿Por qué no puede perderselo?

- ✦ Adquirirá muchos conocimientos prácticos.
- ✦ Le invitará a reflexionar y a la acción inmediata.
- ✦ Crea networking entre los asistentes.
- ✦ Sus principales proveedores/clientes y competidores estarán presentes.

---

## BIENVENIDA

---

### **Javier Panzano,**

Director de Marketing de **EURONICS** y Presidente del Comité Electro de **AECOC**

---

## Perspectivas de la economía Española en el contexto internacional

---

A pesar de lograr una reducción en los objetivos del déficit, España está de nuevo “en el punto de mira”, no solo de los mercados sino también de la C.E. inquietos ante la actual situación de paro y recesión, los efectos a corto y medio plazo de las medidas aprobadas por el Gobierno, la evolución de la prima de riesgo y las secuelas del pinchazo inmobiliario sobre la banca; ¿cuál es el futuro entorno económico que depara a las empresas?

### **Juan Iranzo,**

Vicepresidente. **INSTITUTO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS**

---

## Estímulos y palancas de crecimiento de los próximos años

---

La actual situación por la que está atravesando el mercado de Electro hace que los estímulos externos que contribuían en el pasado a aumentar las ventas estén teniendo un efecto mínimo hoy en día. La necesidad de que fabricantes y distribuidores aúnen esfuerzos para reinventar el sector como fórmula para combatir la continua destrucción de valor resulta fundamental para el futuro de las empresas.

### **Anastasi Gallego,**

Vicepresidente. **GRUPO ACTIVA / CONZENTRIA**

### **Matteo Restelli,**

Presidente. **ESPRINET IBÉRICA**

### **Rafael Vieyra,**

Director General. **SONY IBERIA**

### **José Campaña,**

Gerente División Electro. **EL CORTE INGLÉS**

## PAUSA-CAFÉ

---

## Vías para conocer y seducir al consumidor actual

---

Conocer el comportamiento, los cambios de hábito y las motivaciones del consumidor es clave para poder ofrecer a éste productos acordes a sus necesidades y expectativas. Las estrategias que funcionan a corto plazo no suelen funcionar a largo y habitualmente suponen “pan para hoy y hambre para mañana”. Educar al consumidor y seducirle con propuestas atractivas pensando en el futuro es responsabilidad de todos.

### **Raúl del Río,**

Vicepresidente. **RÍO&RIES**

---

## Cómo vender más a través de los puntos de venta físicos y virtuales

---

A parte de provocar en el consumidor una experiencia enriquecedora y de ofrecerle servicios de alto valor añadido para aumentar las ventas hoy en día es imprescindible definir y ejecutar correctamente el posicionamiento de la marca, el producto y el precio en los mundos físico y virtual, dos canales que se interrelacionan cada vez más a lo largo del proceso de compra.

### **Tristán Colín,**

Director Regional para Europa del Sur. **PIXMANIA**

### **Enrique García,**

Socio. **MC KINSEY**

## ALMUERZO

---

## Tendencias y casos de éxito en e-commerce

---

A pesar de que el 27% de los españoles realizó alguna compra on-line en 2011 y de que el comercio electrónico creció más de un 23% ese año hasta alcanzar un volumen de 9.000 millones de euros, España sigue ocupando el decimoquinto puesto en la Unión Europea en este apartado. Teniendo en cuenta el amplio margen de crecimiento de nuestro país y de que el sector Electro es uno de los grandes beneficiados por número de transacciones, resulta fundamental para las empresas conocer cuáles son las claves de futuro de este medio.

### **José Luis Ferrero,**

eCommerce & Business Development. **PHILIPS IBÉRICA**

### **María González,**

Retail industry manager. **GOOGLE ESPAÑA.**

---

## Prescripción y experiencia de compra en un mundo SOcial & LOcal & MObile

---

Combinar adecuadamente la participación en redes sociales, la conveniencia y la presencia en dispositivos móviles va a ser la regla de oro del e-commerce en los próximos años. Buscar y compartir información para crear o satisfacer una necesidad en cualquier momento o lugar hoy en día es posible gracias a los smartphones y sus sofisticadas aplicaciones. No tener una estrategia clara en estos ámbitos puede salir muy caro a las empresas.

### **Nacho de Pinedo,**

Director General. **INSTITUTO SUPERIOR DE INTERNET**

### **Francisco Hortiguela,**

Director de Marketing Corporativo. **SAMSUNG**

## CLAUSURA

**17.30 h. Fin de la Jornada**

\* Las opiniones expresadas por los ponentes y participantes en el evento son propias y de la exclusiva responsabilidad de quienes las realicen y no constituyen ni pretenden constituir el reflejo de la opinión de AECOC ni de sus miembros.