

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN

Retail Omnicanal



Inicio
31 de agosto
2026



Duración
3 meses
lectivos



Modalidad
Online en
tiempo real

Somos una Escuela de Negocios
referente en el mundo y la
**primera en el Perú con 4 Acreditaciones
a la Excelencia Académica**

CUATRO ACREDITACIONES GLOBALES



DE EXCELENCIA ACADÉMICA

Nº 1

EN PERÚ

Nº 5

EN LATAM

Nº 20

EN EL MUNDO

Según el último Ranking del Financial Times 2026.
(La publicación de negocios más respetada a nivel global)



**EXECUTIVE
EDUCATION
2026 RANKING**



Diseña el futuro del retail donde cada canal, dato e interacción generan valor.

Desarrolla una perspectiva estratégica del retail moderno para integrar experiencia de cliente, operaciones, analítica e inteligencia artificial en una sola visión de negocio.

Aprenderás a diseñar ecosistemas comerciales conectados, optimizar la gestión omniscanal y transformar los datos en decisiones que incrementen la rentabilidad, la lealtad del cliente y el valor sostenible de la organización.



OBJETIVOS

01. Diseñar estrategias de retail omniscanal que integren canales físicos y digitales para mejorar la experiencia del cliente y la competitividad del negocio.
02. Optimizar la gestión comercial y operativa del retail, aplicando modelos de comercio unificado, logística omniscanal y métricas de desempeño.
03. Potenciar la toma de decisiones con analítica e inteligencia artificial, impulsando la rentabilidad, la personalización y el valor del cliente.

CERTIFICADO

Programa de Especialización en Retail
Omniscanal **por Centrum PUCP**



CONTENIDO DEL PROGRAMA

01_ ECOSISTEMA Y ESTRATEGIA DEL RETAIL OMNISCANAL

- Evolución y tendencias del retail omniscanal.
 - Integración de canales físicos y digitales.
 - Nuevos modelos de negocio en retail.
 - Comportamiento del consumidor omniscanal.
 - Diseño de propuestas de valor diferenciadas.
- Estrategias de posicionamiento competitivo.
 - Benchmarking de retailers líderes a nivel global.
 - Diagnóstico y oportunidades del retail en Latinoamérica.

02_ EXPERIENCIA DEL CLIENTE Y GESTIÓN DE CANALES INTEGRADOS

- Diseño de experiencias de cliente omniscanal.
 - Customer Journey Mapping y puntos de contacto.
 - Gestión integrada de canales físicos y digitales.
 - Identificación y optimización de fricciones en la experiencia.
- Estrategias de fidelización y retención de clientes.
 - Personalización de la experiencia de compra.
 - Consistencia de marca en todos los canales.
 - Rediseño de experiencias y touchpoints clave.

03_ OPERACIONES OMNISCANAL: INVENTARIO, LOGÍSTICA Y FULFILLMENT

- Gestión de inventarios en entornos omniscanal.
 - Modelos de stock unificado y visibilidad de inventario.
 - Estrategias de fulfillment y última milla.
 - Integración de ecommerce y sistemas operativos.
- Optimización de la cadena de abastecimiento.
 - Gestión de devoluciones y logística inversa.
 - Análisis de costos y rentabilidad logística.
 - Simulación de decisiones operativas en retail.

04_ ANALÍTICA COMERCIAL Y PLAN DE ACCIÓN OMNISCANAL

- KPIs clave del retail omniscanal.
 - Análisis de conversión, ticket promedio y retención.
 - Customer Lifetime Value (LTV) y rentabilidad del cliente.
 - Interpretación de dashboards comerciales.
- Uso de CRM para la toma de decisiones.
 - Inteligencia artificial y automatización aplicada al retail.
 - Personalización basada en datos y comportamiento.
 - Diseño de un plan estratégico omniscanal aplicado al negocio.

FORMACIÓN GUIADA POR EXPERTOS



Sergio Raúl Chamochumbi Cabanillas

Director de Operaciones en Mallplaza

Magister en Administración Estratégica de Empresas, Bachiller en Ingeniería Industrial de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Gerente de Operaciones y Gerente de Tienda en Saga Falabella, así como Gerente de Proyectos.



Jessica Patricia Guerrero Jarama

Docente en Centrum PUCP, conferencista internacional y Directora de Marketing y Producto en Grupo Acelera.

Especialista internacional en marketing digital, Magíster por ESADE Business School y formada en Silicon Valley. Ha liderado estrategias de alto impacto en BBVA, Movistar y Entel. Actualmente dirige el área de Marketing y Producto en Grupo Acelera y su consultora JG Digital. Conferencista internacional y formadora en marketing digital, SEO, SEM y analítica.



Manuel Alfredo Gómez Buroz

Socio en Hangertisps y Docente CENTRUM PUCP

Especialista en Customer Experience (CX) y User Experience (UX), con experiencia dirigiendo una universidad corporativa del sector retail y liderando iniciativas estratégicas de aprendizaje y desarrollo organizacional. Experto en diseño de soluciones educativas, gestión del cambio y formación de líderes.



Paul Morales Bustamante

Docente Centrum y Founder & CEO de Praxis y Estrategia

Empresario y consultor estratégico con amplia experiencia asesorando a ejecutivos en la consolidación y crecimiento de organizaciones, impulsando innovación, agilidad y modelos de negocio disruptivos. Actualmente es Docente Centrum y Founder & CEO de Praxis y Estrategia.

Retail Omnicanal



Executive
Education

Inicio

31 de agosto de 2026

Duración y Horario

3 meses lectivos / 72 horas

Lunes y miércoles de 07:00 a 10:30 p.m.

Modalidad

Online en tiempo real

Inversión

S/. 4,500

*Para el financiamiento directo otorgado por Centrum PUCP, los participantes y sus respectivos avales deberán suscribir letras de cambio electrónicas como requisito indispensable para estar matriculado en el programa o curso académico escogido.

La inversión incluye:

- Emisión del certificado por Centrum PUCP
- Materiales académicos

La inversión no incluye:

- Emisión de otros certificados (participación, constancia de notas, mallas académicas, etc.)

INFORMES:

✉ executive.centrum@pucp.edu.pe

🌐 centrum.pucp.edu.pe



CUATRO ACREDITACIONES GLOBALES



DE EXCELENCIA ACADÉMICA