MRC16
MADRID RETAIL CONGRESS

MEMORIA
MADRID RETAIL CONGRESS 2016

28 Y 29 SEPTIEMBRE 2016
"ENTIEN-D@ EL FUTURO"

cocem
CONFEDERACIÓN de COMERCIO ESPECIALIZADO de MADRID

ORGANIZAN:
EDICIONES Y ESTUDIOS

Confederación Española de Comercio

1. MADRID RETAIL CONGRESS 2016

Los días **28 y 29 de Septiembre de 2016** tuvo lugar en el Palacio Municipal de Congresos de Madrid, la celebración de **MADRID RETAIL CONGRESS 2016 (MRC16)** en su segunda edición, organizado por la Confederación Española de Comercio (CEC), la Confederación de Comercio de Madrid (COCEM) y Ediciones y Estudios (EYE).

OBJETIVO

Un evento profesional que ha tenido como **principal objetivo la consolidación de Madrid Retail Congress como evento de referencia del sector Retail en nuestro país**, convirtiéndose en un **espacio de encuentro** para las empresas y profesionales del sector y **foro de transferencia de conocimiento** de las distintas áreas y facetas del comercio minorista, donde compartir **experiencias** de la mano de los mejores expertos, analizando los cambios que la era digital está introduciendo en el sector y en los consumidores.

ELEMENTO DIFERENCIADOR. UN CONGRESO ORGANIZADO POR Y PARA EL SECTOR

El **elemento diferenciador** de este congreso respecto a otros de temática relacionada con los que pueda coexistir, es que está diseñado, **ejecutado e impulsado por el propio sector comercial;** en concreto por la representación empresarial nacional (Confederación Española de Comercio) y de la Comunidad de Madrid (COCEM, integrada a su vez en la primera) así como por un grupo editorial especializado en Retail (Ediciones y Estudios -D/A Retail-).

✓ ENTIDADES ORGANIZADORAS

Confederación de Comercio de Madrid (COCEM), entidad representativa del sector comercial en el ámbito territorial de la Comunidad de Madrid, integrada por más de 70 Organizaciones de los diferentes sectores y territorios de la Región, que representan cerca de 50.000 establecimientos.

Confederación Española de Comercio (CEC), organización empresarial representativa del comercio urbano y de proximidad, un colectivo de cerca de 450.000 comerciantes minoristas, integrado por 19 confederaciones y 49 federaciones de ámbito autonómico y provincial; así como organizaciones sectoriales de ámbito nacional.

Ediciones y Estudios, entidad editorial de revistas profesionales de referencia en el mercado de publicaciones especializadas en el sector del marketing, publicidad, retail y restauración.

Además, **ha contado con el apoyo y la participación activa de importantes empresas del sector privado así como un amplio respaldo institucional de la Administración en todos los ámbitos territoriales y desde todos los formatos de la distribución comercial**, lo que queda representado en su Comité de Honor, garantizando la repercusión directa sobre el colectivo al que se pretende potenciar.

✓ ENTIDADES PATROCINADORAS Y COLABORADORAS

Entidades Colaboradoras:

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD. SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO
COMUNIDAD DE MADRID
AYUNTAMIENTO DE MADRID
CÁMARA DE COMERCIO DE ESPAÑA

Entidades Patrocinadoras:

BANCO DE SANTADER

PRODWARE

ECOEMBES

EL CORTE INGLÉS

VISA

HMY

Entidades Participantes:

AURORA	BEABLOO
BEMYEYE	BIRCHMAN
CAD&LAN	EPSON
FLAME	FOOTFALL
FORECAST SOLUTIONS	GENERIX
GLORY	INGENICO
OFIMÁTICA	ONTHESPOT
OPENBRAVO	POSTERFIX
POSTUNING	PROSEGUR
SAMSUNG	SELLIGENT
SEUR	TC GROUP
TIENDEO	TYCO
WEBTREKK	REFERENCIA2

Entidades que apoyaron el Congreso:

AEFI	AJE-MADRID
CÁMARA DE COMERCIO DE MADRID	CEIM
AGECU	FILHET ALLARD
FUTURIZZ	IBERIA
ICEX	RED.ES
MADRID FORO EMPRESARIAL	RETAIL DESING INSTITUTE
CEU	MSKM
ISDI	MAYOFLOR

✓ COMITÉ DE HONOR DEL CONGRESO

El Comité de Honor del Congreso estuvo conformado por las siguientes personalidades:

PRESIDENTE DEL COMITÉ DE HONOR
S.M. EL REY D. FELIPE VI

MIEMBROS DEL COMITÉ DE HONOR	
NOMBRE	**INSTITUCIÓN/ ENTIDAD**
EXCMO SR. D. LUIS DE GUINDOS	Ministro de Economía y Competitividad
ECMO. SR. D. JAIME GARCÍA-LEGAZ	Secretario de Estado de Comercio
EXCMA. SRA. Dª. CRISTINA CIFUENTES	Presidenta de la Comunidad de Madrid
EXCMA. SRA. Dª. MANUELA CARMENA	Alcaldesa de Madrid
SR. D. JUAN ROSELL	Presidente de CEOE
SR. D. ANTONIO GARAMENDI	Presidente de CEPYME
SR. D. JUAN PABLO LÁZARO	Presidente de CEIM
SR. D. JUAN LÓPEZ-BELMONTE	Presidente de Cámara de Comercio de Madrid
SR. D. RAMI ABOUKHAIR	Country Head de Banco Santander España
SR. D. ALFONSO MERRY DEL VAL	Presidente de ANGED
SR. D. JOSÉ PEDRO PÉREZ-LLORCA	Presidente de ASEDAS
SR. D. AURELIO DEL PINO	Presidente de ACES
SR. D. LUIS OSUNA HERVÁS	Presidente de COVIRÁN
SR. D. MANUEL GARCÍA-IZQUIERDO	Presidente de CEC
SR. D. LUIS PACHECO	Presidente de COCEM
SR. D. MIGUEL DE HARO	Presidente de Ediciones y Estudios

2. TEMÁTICA

En esta segunda edición, el contenido del programa ha tenido como **eje central la Omnicanalidad**, considerando esta “complementación de la venta física y la venta online” como elemento clave para impulsar la innovación y la competitividad del sector comercial, especialmente entre las pymes, al existir una importante brecha digital.

En torno a este asunto central se han abordado, entre otras, las siguientes materias:

- El impacto de la era digital en los consumidores analizando los nuevos comportamientos y perfiles y elementos clave en la toma de decisiones de compra.
- El impacto de la nueva era digital en los comercios ahondando en las herramientas que existen para la optimización de la localización del punto de venta (Real Estate), la adaptación digital del punto de venta, la integración del canal online, el marketing digital, el papel de las redes sociales y la gestión de las emociones.
- Balance y retos del comercio electrónico.
- Buenas prácticas omnicanales y experiencias de éxito.

3. ESTRUCTURA Y CONTENIDO DEL EVENTO

- ✓ Acto Inaugural
- ✓ Programa de conferencias, mesas redondas y panel de expertos en Auditorio en horario de mañana.
- ✓ Programa de Talleres Formativos en work-shops en horario de tarde.
- ✓ Exposición Comercial con soluciones para retail
- ✓ Actividades Complementarias dentro y fuera del Palacio Municipal de Congresos

✓ ACTO INAUGURAL

Tras la primera ponencia, a las 10:15 Horas, tuvo lugar la celebración de un acto de apertura y bienvenida del Congreso, que **contó con la presencia e intervención de las siguientes autoridades:**

D. LUIS COLORADO, Director de Banca Comercial de Banco de Santander España.

Dª. CONCEPCIÓN DÍAZ DE VILLEGAS, Directora General de Comercio y Emprendimiento del Ayuntamiento de Madrid.

Dª. MARÍA JOSÉ PEREZ-CEJUELA, Directora General de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid.

EXCMO. SR. D. JAIME GARCÍA-LEGAZ, Secretario de Estado de Comercio del Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España

Excmo. Sr. D. Jaime García-Legaz

Dña. María José Pérez- Cejuela

Dña. Concepción Díaz de Villegas

D. Luis Colorado

Asimismo, **acompañando a dichas autoridades se encontraba la Directora General de Comercio Interior, Dña. Carmen Cárdeno y los máximos representantes de las tres entidades organizadoras:**

D. MANUEL GARCÍA-IZQUIERDO, Presidente de la Confederación Española de Comercio (CEC).**D. LUIS PACHECO,** Presidente de la Confederación de Comercio de Madrid (COCEM) y **D. MIGUEL DE HARO,** Presidente de Ediciones y Estudios.

✓ CONFERENCIAS, MESAS REDONDAS Y PANEL DE EXPERTOS

El contenido de la jornada del **28 de Septiembre fue de 7 Conferencias y 1 Mesa Redonda**, conforme al siguiente programa:

MAÑANA

09:15h. BIENVENIDA Y APERTURA DEL CONGRESO

09:30 a 10:15h. CONFERENCIA DE APERTURA. "¿ATRAER NUEVOS COMPRADORES O FIDELIZAR? Mitos y realidades de cómo crecer en Retail.
César Valencoso, Director Consumer Insights de Kantar World Panel

10:15 a 10:45h. ACTO OFICIAL DE INAUGURACIÓN DEL CONGRESO

10:45 a 11:30h. CONFERENCIA. "LA GENERACIÓN DE LOS Z. CÓMO VAN A TRANSFORMAR LA FORMA DE ENTENDER EL RETAIL".
Iñaki Ortega, Director de Deusto Business School

11:30h. PAUSA CAFÉ

12:00 a 12:45h. CONFERENCIA. "EL NUEVO PAPEL DEL REAL STATE EN EL COMERCIO MINORISTA".
D. *José Luis Nueno, Profesor de IESE Barcelona*

12:45 a 13:30h. MESA REDONDA. "ENSEÑANZAS DESDE LA DISRUPCIÓN. RETAILERS SIN MEDIDA, NEGOCIOS SIN COMPLEJOS". En la era digital no sobresale el más fuerte sino el más rápido. ¿Cómo detectar y actuar ante los cambios?

Modera: *Alicia Davara, Redactora Jefa de D/A Retail-Distribución Actualidad y Omnichannel by D/A Retail*
Pelayo Olazabal, Creador de Fulham Shop.
Sergio Ros, Director de Marketing y Socio-Consejero del Grupo The Mtng Global Experience. Calzados Mustang.
Victor Bandim, Director de Marketing de Muebles Boom.
Alvaro Villamizar, Dealz Spain (Poundland Company)

(Mesa patrocinada por Banco Santander)

13:30 a 14:00h. CONFERENCIA. "BALANCE Y RETOS FUTUROS DEL ECOMMERCE ESPAÑOL".
Ronan Bardet, fundador de Expo Ecommerce y EGI Group. Pionero en el desarrollo del ecommerce en España y uno de sus más firmes desarrolladores con sus aceleradoras.

TARDE

16:00 a 17:00h CONFERENCIA. "MARKETING EN EL MUNDO OMNICANAL"
Elena Álvarez, Directora de Marketing Solutions en Facebook.

17:00 a 18:00h ¿NECESITAS APOYO? AYUDAS PÚBLICAS PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y LA INTERNACIONALIZACIÓN DE TU EMPRESA. Conoce las nuevas líneas de ayuda para el crecimiento de tu negocio.

(Sesión realizada con la colaboración de la Asociación de Jóvenes Empresarios AJE)

CONFERENCIA. "EL ECOMMERCE Y LA NUBE COMO PALANCAS DE TRANSFORMACIÓN DEL COMERCIO MINORISTA".
Jorge Pérez Martínez, Director de Economía Digital de Red.es

CONFERENCIA. "LA INTERNACIONALIZACIÓN ¿SÓLO PARA LAS GRANDES? DA EL SALTO AL EXTERIOR A GOLPE DE CLICK"
María Naranjo Crespo, Directora de Información y Servicios Personalizados de ICEX.

El contenido de la jornada del **29 de Septiembre fue de 4 Conferencias, 1 Mesa Redonda y 2 Panel de Expertos**, conforme al siguiente programa:

MAÑANA

09:00. BIENVENIDA

09:15 a 10:30h.

CONFERENCIA. **"RETAIL NUEVA ERA Y EXPERIENCIAS OMNICANALES. LAS MEJORES PRÁCTICAS IN STORE – ONLINE - MOBILE."**
Javier Oliete Vivas, Managing Director de Neo@Ogilvy Spain

CONFERENCIA. "PERCEPCIÓN Y REALIDAD EN TIENDA. PRODUCTO, ESPACIO Y TIEMPO EN UN ENTORNO MULTICANAL"
Carlos Domínguez, Director de Management Horizon Europe (MHE)

10:30h. PAUSA CAFÉ

11:00 a 12:00h. MESA REDONDA. "NO SOY UN COMPRADOR OMNICANAL, SIMPLEMENTE SOY NORMAL". El cliente y su experiencia de compra, lo que de verdad importa en Retail.

Modera*: Alicia Davara, Redactora Jefa de D/A Retail-Distribución Actualidad y Omnichannel by D/A Retail*

Marta Panera, International PR & Communication Director de Showroomprive
Rafael Sánchez Sendarrubias, Director de Ecommerce de Carrefour España
Miguel Madrigal, Director de Marketing de Leroy Merlin
Jaume Gomà, CEO de Ulabox.
Eduardo Prieto, Director Comercial para VISA España.

(Mesa patrocinada por Banco Santander)

12:00 a 12:45h. CONFERENCIA. "SOCIAL SELLING EN RETAIL. LA IMPORTANCIA DE LOS KPIS Y EL BUSINESS EN SOCIAL MEDIA."
Alex López, Director de Sartia

12:45 a 13:30h. PANEL DE EXPERTOS. "EL VIAJE DEL CLIENTE CONECTADO. QUIERO QUE ME QUIERAN, LO QUIERO FÁCIL Y DIVERTIDO, LO QUIERO YA". Los puntos críticos de la fidelización en OFF y en ON.
Presentación: *José María Sánchez Santa-Cecilia, Director General de Prodware España.*

Debate Think Tank
María Aguilera, Directora General de Negocio de Covirán
Imanol Torres Melero, Director de Proyectos Estratégicos y Fidelización de Eroski Club
Manuel Cantalapiedra, Director de Innovación de Banco Santander España
David Sastre, Director de Estrategia Marketing y RCS de Seur

13:30 a 14:00h. CONFERENCIA. "LA ECONOMÍA CIRCULAR COMO OPORTUNIDAD PARA EL COMERCIO"
Begoña de Benito, Directora de Relaciones Institucionales y Empresas Adheridas en Ecoembes

TARDE

16:00 a 17:00h "SEIS HISTORIAS, SEIS RETAILERS. LA TIENDA MÁS VIVA QUE NUNCA"

Conductor y Dinamizador: Guillermo González, Director General de COCEM

Jaime Gil López, CEO de Brutal Zapas/Social Radical Surf Sport
Justino Guerra Frade, Gerente de Petra Mora
Irene Muñoz, Fundadora y CEO de Oh My Chic!
Hilario Alfaro Lobera, Gerente de Alfaro 1926
David Hernández Pumariega, CEO de Pangea The Travel Store
Álvaro Gómez, Co-fundador y Director de Marketing de Lola Market

Seis historias,
seis retailers
La tienda más
viva que nunca
MRC16

IBERIA

MRC16
MADRID RETAIL
CONGRESS

MRC16
MADRID RETAIL
CONGRESS

✓ TALLERES FORMATIVOS (Work-Shops)

El contenido de la jornada del **28 de Septiembre fue de 12 Talleres Formativos divididos en 3 salas**, conforme al siguiente programa:

SALA 1

16:00 a 16:30h
¿CÓMO CONVERTIR TU TIENDA EN UN DESTINO COMERCIAL?
Carlos Sánchez de Pedro Aires, Presidente del Retail Design Institute Spain

16:30 a 17:00h
"LA LUZ. ESA PROTAGONISTA QUE SIEMPRE PASA DESAPERCIBIDA. EL DISEÑO DE LA ILUMINACIÓN EN RETAIL."
Nuria Torrents, Directora Microlights - Aurora Lighting

17:00 a 17:30h
PROSEGUR, MUCHO MÁS QUE SEGURIDAD. LA SEGURIDAD AL SERVICIO DE LA PREVENCIÓN Y REDUCCIÓN DE PÉRDIDA EN LA CADENA DE VALOR DE LOS RETAILERS.
Cristina Delgado, Corporate Retail Loss Prevention Division Manager en Prosegur

17:30 a 18:00h
EL RETO DE LA DIGITALIZACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA.
Eduardo García, Director Comercial del área B2B de Samsung

SALA 2

16:00 a 16:30h
SOLUCIONES TECNOLÓGICAS 360: CLAVES PARA AUMENTAR EL TICKET MEDIO DE COMPRA.
Francesc Sunyer Director Soluciones Punto de Venta Epson

16:30 a 17:00h
POS-TUNING. EL LINEAL COMO ELEMENTO DE INSPIRACIÓN E IMPULSO HACIA LA COMPRA.
Andrea Chevallard, KAM SPAIN + PORTUGAL de Pos-Tuning

17:00 a 17:30h
EL CLIENTE DIGITAL. ¿QUÉ ESPERA, QUÉ ENCUENTRA? EL NUEVO VIAJE DE MI CLIENTE OMNICANAL.
Iago Oro, Director de Retail y Customer Centric en Prodware Spain

17:30 a 18:00h
“LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL COMERCIO HOY: 3 CASOS DE ÉXITO REALES”.
David Colacios Responsable Grandes Cuentas Telefónica on The Spot

SALA 3

16:00 a 16:30h
“EVOLUCIÓN E INNOVACIÓN EN EL TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN DEL SECTOR RETAIL”
Fernando Delgado Albert, Grandes Cuentas y Agentes Internacionales en SEUR INTERNACIONAL

16:30 a 17:00h
“COMO CONOCÍ (Y ENAMORÉ) A VUESTROS CLIENTES”
Rafa Romero, Sales Director de Selligent

17:00 a 17:30h
“COMO MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN TIENDA MEDIANTE EL USO DE APLICACIONES RFID”
Juan Luis Navarro Rivavelarde, Key Account Manager en Tyco Integrated Fire & Security Spain

17:30 a 18:00h
“ÉXITOS Y EJEMPLOS DE LA UTILIZACIÓN DE LA ANALÍTICA PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA EN EL PUNTO DE VENTA”
Carlos Varea, Business Development Manager de Beabloo

El contenido de la jornada del **29 de Septiembre fue de 10 Talleres Formativos**, **divididos en 3 salas,** conforme al siguiente programa:

SALA 1

16:00 a 16:30h
SHOPPER FUNNEL. MIDE LA EFICACIA COMERCIAL Y GENERA CLIENTES MÁS FIELES Y COMPROMETIDOS.
Jonathan Solís, CEO de Flame analytics

16:30 a 17:00h
MEDIR, MEDIR, MEDIR... Y ANALIZAR. HACIA LA TIENDA PERFECTA, LA TIENDA DEL FUTURO
Victor Prim, Country Manager de BeMyEye

17:00 a 17:30h
EXPERIENCIA DE COMPRA Y OPTIMIZACIÓN DE INVENTARIOS: "CÓMO DAR RESPUESTA A LAS NECESIDADES DE UN CLIENTE OMNICHANNEL."
Ignacio García Vicente, Director Comercial de Generix Group

17:30 a 18:00h
MOVILIDAD, RFID Y PAGOS MÓVILES. CLAVES Y BENEFICIOS DE SU ADOPCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA.
Xavier Places Cano, Product Marketing Director en Openbravo

SALA 2

16:00 a 16:30h
"SI TUS CLIENTES SON LAS MISMAS PERSONAS, ¿POR QUÉ LOS TRATAS POR SEPARADO EN DIGITAL Y EN LAS TIENDAS? APROVECHA LO QUE SABES DE TUS CLIENTES Y VENDE MEJOR ONLINE Y OFFLINE."
Diego Semprún, Managing Director en Webtrekk España

16:30 a 17:00h
FIDELIZACIÓN. LAS OFERTAS DIGITALES COMO ALTERNATIVA AL BUZONEO Y CÓMO ESTABLECER UN CANAL DIRECTO CON EL CLIENTE.
Eva Martin Villaró, CEO de Tiendeo

17:00 a 17:30h
"EXPERIENCIA PARA EL USUARIO OMNICHANNEL."
Joaquin Díaz de Terán, Sales Manager de Ingenico

17:30 a 18:00h
RELEX - TECNOLOGÍA BIG DATA
"IN-MEMORY" PARA PLANIFICAR LA CADENA DE SUMINISTRO EN RETAIL."
Anna Van Ginkel, Co-fundadora y Business Manager de Forecast Solutions

SALA 3

16:00 a 16:30h
"DEL ANÁLISIS A LA RENTABILIDAD EN EL PUNTO DE VENTA, ¿CÓMO LO VAMOS A HACER?"
Ignacio Mayans Business Consultant FootFall

16:30 a 17:00h
DEL BIG DATA AL SMALL DATA. PRESENTACIÓN DEL 1ER ESTUDIO BIG DATA SOBRE EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.
Alvaro Angulo Lafora, CEO y Marta Fernández Melgarejo, Directora de Marketing TC Group Solutions

EXPOSICIÓN COMERCIAL

En el propio entorno del Palacio Municipal de Congresos se habilitó un espacio abierto en el que se ubicó una exposición comercial, con **22 expositores**, en el que una serie de empresas proveedoras de productos y/o servicios del sector comercial dispusieron de un stand en el que dar a conocer sus soluciones innovadoras.

La relación de expositores ha sido la siguiente:

BANCO DE SANTANDER
AURORA MICROLIGHTS
FLAME
CAD&LAN
EPSON
GENERIX GROUP
OFIMÁTICA
OPENBRAVO
POSTERFIX
SEUR
FORECAST SOLUTIONS
BIRCHMAN CONSULTING
SELLIGENT
PRODWARE
ECOEMBES
WEBTREKK
TIENDEO
POS-TUNING
INGENICO GROUP
GLORY GLOBAL
FOOTFALL
TYCO INTEGRATED FIRE & SECURITY

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

✓ VISUAL RETAIL TOUR

Dentro de las acciones complementarias se organizó el día 27 de Septiembre (duración aproximada 3 Horas), el "**Taller Práctico de Escaparatismo VISUAL RETAIL TOUR",** al que asistieron 70 personas.

La acción consistió en una **Ruta Guiada por profesionales expertos en escaparatismo comercial**, que ofrecía la posibilidad de vivir *in situ* una experiencia única, presenciando, analizando y estudiando, desde un punto de vista práctico, los escaparates y la imagen de marca de las tiendas más singulares, exclusivas y vanguardistas situadas en el Barrio de Salamanca de la Ciudad de Madrid.

Una actividad encuadrada dentro de Madrid Retail Congress, organizada por la Cámara de Comercio de Madrid y la Cámara de España, financiada en el marco del Plan de Apoyo al Comercio Minorista 2016 y cofinanciada por la Secretaría de Estado de Comercio del Gobierno de España y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional de la Unión Europea ("Una Manera de Hacer Europa").

✓ SESIONES DE NETWORKING

Madrid Retail Congress**,** durante sus dos días de celebración, tuvo una actividad intensa y vibrante, siendo también nuestro objetivo que, además de transferencia de conocimiento, los congresistas tuvieran la oportunidad de incrementar su "capital red", intercambiar referencias, compartir experiencias y hacer crecer su negocio.Para ello, gracias a la colaboración de **Referencia2** -empresa especializada en *networking* profesional- celebramos **dos dinámicas de networking** los días 28 y 29 de Septiembre.

Día 28 de Septiembre, de 14:30 a 15:30 Horas. Speed-Networking.

Dinámica que rememora los míticos speed-dating americanos, en la que cada participante (*networker*) pasó 1 minuto charlando con otro *networker*. Durante ese tiempo, se intercambian tarjetas, conversan sobre sus respectivas actividades y se cierran acuerdos o colaboraciones comerciales. El fin de la actividad se basa en optimizar al máximo el tiempo y esfuerzo comercial de los participantes.

Día 29 de Septiembre, de 14:30 a 15:30 Horas. Cross Elevator. Dinámica en la que cada participante presentaba la actividad de un compañero en lugar de la suya. Para ello, se reunieron previamente de dos en dos e intercambiaron los datos más relevantes de sus respectivas empresas. Cada uno se levantaba cuando el *Manager* le nombraba y realizaba una presentación de 1 minuto.

- ✓ **AFTERWORK MRC16**

  Dentro del programa de actividades complementarias, también quisimos dar entrada al ocio y entretenimiento, por lo que organizamos un Afterwork para los congresistas la tarde del 28 de Septiembre, a partir de las 19:00 Horas en HABANA5 (Paseo de la Habana 5, Madrid).

4. BALANCE MRC16

La segunda edición de Madrid Retail Congress ha resultado un éxito desde todos los puntos de vista. Se han alcanzado los objetivos planteados inicialmente superando los resultados alcanzado en la primera edición de 2015.

El Congreso, a lo largo de los días 28 y 29 de Septiembre ha contado con un total de **900 inscritos con un ratio de asistencia superior al 70%**. El "target" de los asistentes se ha caracterizado por la heterogeneidad propia del sector comercial, ya que entre los mismos han asistido tanto representantes de organizaciones empresariales de comercio, como empresarios y directivos del sector, representantes de las administraciones públicas en todos los ámbitos territoriales, personas con perfil académico (estudiantes de escuelas de negocio, profesores…) así como profesionales directa o indirectamente relacionados con el Retail (consultores, proveedores de soluciones de Retail, profesionales del ámbito tecnológico…). Cabe destacar que cerca de un **30% de los asistentes procedía de fuera de Madrid.**

En esta edición, se han abordado **nuevas actividades complementarias** que han contribuido a reforzar la oferta de contenido profesional y especializado y que han aportado valor añadido al evento, tales como las actividades de networking entre los asistentes tanto en el propio congreso como en el espacio Afterwork Habana5. En ambas actividades se superó el aforo disponible: a las actividades **networking** asistieron cerca de **80 personas** y el **Afterwork** superó los **100 asistentes.**

También fue un gran éxito la actividad del **Visual Retail Tour** que se celebró el día 27 de Septiembre en horario de tarde realizando una ruta tutorizada de escaparatismo por la zona comercial del Barrio de Salamanca en Madrid. Esta actividad contó con un total de **70 asistentes**, un nuevo éxito de concurrencia.

Tras la realización del Congreso se ha realizado un sondeo de **satisfacción** entre una muestra representativa de los asistentes y como resultado cabe destacar la alta valoración media otorgada, que se encuentra en torno a **8 puntos sobre 10**.

El completo programa de contenidos y el alto nivel de los expertos tanto en el auditorio como en talleres obtienen las puntuaciones más elevadas. MRC16 ha contado con la participación de **más de 40 ponentes y expertos.**

En relación a la zona de exposición comercial, en esta edición se ha aumentado el número de expositores interesados en participar con respecto a la anterior edición alcanzando las **22 empresas expositoras**, con soluciones muy novedosas, interesantes y de utilidad para el sector.

La segunda edición de Madrid Retail Congress ha contado con un amplio respaldo tanto institucional como del sector privado. 52 importantes entidades y **empresas** del sector y de actividades directa o indirectamente relacionadas con el Retail **han colaborado, participado y/o patrocinado el evento**, sumando el **apoyo del Gobierno Central, la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de Madrid y el respaldo de Casa Real.**

Desde el punto de vista mediático el balance también ha sido positivo, el Congreso ha despertado el interés de medios de comunicación de gran relevancia con repercusión nacional y territorial en toda España generándose **127 impactos en prensa, 1.377 conexiones vía streaming, 1.320 tweets y 25.000 visitas a la página web.** En todas las comunicaciones y la cartelería del Congreso ha figurado la imagen corporativa de las entidades colaboradoras y patrocinadoras por lo que se considera cumplido también el compromiso de visibilidad corporativa de sus marcas y su apoyo al sector Comercio.