

A Nova Loja Viva

O consumo mudou. A demanda mudou
Agora a loja precisa mudar de papel

PROGRAMAÇÃO

PRESENCIAL
E ONLINE

27
DE MAIO

DAS
08h
ÀS
18h

local:

 **LG**
Rua Virgílio
Wey, 150

08H00 ÀS 09H45

Credenciamento + Welcome Coffee + Networking

Momento dedicado à recepção dos participantes, relacionamento executivo, ativações de marca e conexão entre indústria, varejo, tecnologia e ecossistema de saúde.

09H45 ÀS 10H00

Abertura e Boas-Vindas

Paulinho Gomes – VP de Relacionamento Retail Brasil

Thiago Correa – Senior Sales Manager e líder de Business Development na LG Electronics Brasil

Uma abertura sobre as transformações que começam a redefinir o varejo farmacêutico e o papel da loja em um cenário cada vez mais conectado, híbrido e orientado por experiência, relacionamento e geração contínua de valor.

10H00 ÀS 10H15

Economia, Consumo e Competitividade: os Novos Vetores que Pressionam o Varejo

Lívio Giosa – Presidente da ADVB

Uma leitura estratégica sobre as transformações econômicas, comportamentais e competitivas que começam a pressionar modelos tradicionais de crescimento e a redefinir o varejo.

10H15 ÀS 10H45

O Consumo Antes da Loja: Como comportamento, influência e contexto começam a redefinir a demanda no varejo farmacêutico

Carolina Nass – Head of CMI IQVIA

Katya Erdman – Comercial, Relacionamento e Serviços ao Cliente IQVIA

Hoje, desejo, influência, comportamento e decisão passam a ser construídos antes da busca, antes da loja e, muitas vezes, antes da própria intenção consciente de compra. Nesse cenário, novas dinâmicas de comportamento começam a reorganizar a formação da demanda e a transformar a maneira como categorias são descobertas, percebidas e consumidas. A IQVIA apresenta uma leitura estratégica sobre como essas novas jornadas começam a reorganizar a lógica de crescimento do varejo farmacêutico.

10H45 ÀS 11H15

A Revolução do GLP-1: do Insight à Ativação

Luciana Rebello Balassiano – Client Engagement Director SymphonyAI Retail|CPG

Edu Bezerra – Shopper Insights Manager Reckitt

Pague Menos

O crescimento acelerado do mercado de GLP-1 começa a gerar impactos importantes sobre comportamento de consumo, jornadas de saúde e novas oportunidades dentro do varejo farmacêutico.

O painel mostra como SymphonyAI, Reckitt e Pague Menos utilizaram insights de consumidores para compreender esse movimento e transformar inteligência de mercado em ativações estratégicas, personalização da experiência e geração de valor para indústria e varejo.

11H15 ÀS 11H45

Os Desafios e as Oportunidades da Hiperpersonalização nas Jornadas de Consumo

HALEON

As jornadas de consumo se tornaram mais fragmentadas, contextuais e influenciadas por momentos de vida, rotina, bem-estar, conveniência e comportamento individual.

11H45 ÀS 12H05

Da Dispensação à Jornada Viva: como PBM, Serviços e Omnichannel Conectam a Farmácia ao Cuidado Contínuo do Paciente

Gustavo Pires – Gerente Comercial na Interplayers

“Da Dispensação à Jornada Viva” propõe uma reflexão sobre o novo papel da farmácia no cuidado contínuo do paciente. Em um cenário em que a jornada de saúde se tornou omnichannel, a loja física deixa de ser apenas um ponto de venda e passa a atuar como ponto de acesso, orientação, relacionamento e recorrência.

12H05 ÀS 13H30

Almoço + Networking

Momento dedicado à conexão entre participantes, relacionamento executivo e experiências de marca.

13H30 ÀS 14H00

Saúde Holística e as Novas Oportunidades nas Jornadas de Bem-Estar

Gustavo Flório — Coordenador de Gerenciamento de Categorias na Hypera

O conceito de saúde passa a incorporar bem-estar físico, emocional, autocuidado, prevenção e qualidade de vida dentro de jornadas cada vez mais contínuas e integradas.

A apresentação aborda como esse movimento amplia oportunidades para categorias, serviços, experiências e relacionamento dentro do varejo farmacêutico, criando novas possibilidades de crescimento e recorrência.

14H00 ÀS 14H20

Gripes e Resfriados: Jornada do Shopper e Alavancas de Crescimento no Canal Farma

Gabriela Valentin — Especialista em Trade Marketing, GC e Shopper Insights no ACHE

Um overview estratégico da categoria de Gripes e Resfriados, com foco na jornada do shopper e nos principais pontos de decisão no PDV.

A apresentação destaca oportunidades de cross category, evidenciando como a integração entre categorias pode ampliar valor e relevância no varejo farmacêutico, além de caminhos práticos para impulsionar crescimento e performance de indústrias e varejistas.

14H20 ÀS 14H40

Ecosystemas de Cuidado: Integrando Experiência, Conveniência e Relacionamento

Marilla Mesquita — Diretora Comercial, de Marketing e ESG na Mustela

A Mustela em parceria com a Drogeria Venancio, mostram na prática como iniciativas integradas de experiência, capacitação, conveniência e relacionamento podem transformar a categoria infantil em uma plataforma de conexão e recorrência dentro do varejo farmacêutico. Uma visão estratégica sobre como construir relevância contínua para as famílias em jornadas cada vez mais híbridas e não lineares.

14H40 ÀS 15H00

Muito Além da Entrega: Como as Plataformas Digitais Estão Redefinindo o Canal Farma

Simone Pinheiro — Head of Ecommerce

Fernando Langoni — Head Comercial Ifood Ads

Eduardo Queiroz — Gerente de Inteligência de Negócios e Performance Promofarma

Danone, Ifood Ads e Promofarma, abordam como a digitalização, aliada à evolução das ocasiões de consumo, está transformando o canal farma. A conversa aborda a expansão do papel das plataformas digitais, que vão além da entrega, atuando como alavancas estratégicas de crescimento, geração de demanda e conexão com novos modelos de consumo.

15H00 ÀS 15H20

Em Breve

Nestlé

15H20 ÀS 15H50

Do Hardware à Receita: Como o Retail Media Está Redefinindo o Papel do Varejo

Thiago Correa — Senior Sales Manager e líder de Business Development na LG Electronics Brasil

A apresentação aborda como o Retail Media e o Digital Signage estão transformando o varejo em uma nova plataforma de geração de receita, especialmente no contexto do varejo farmacêutico.

Partindo de um panorama de mercado e tendências globais, o conteúdo explora como a integração entre canais físicos e digitais tem impulsionado o crescimento de modelos de monetização baseados em mídia, dados e experiência do consumidor.

15H50 ÀS 16H10

JBP na Era da Loja Viva: quando colaboração deixa de ser discurso e passa a ser estrutura de crescimento

Daniele Motta — Fundadora da BE2WIN, VP de Shopper e Trade na SHOP Br e Professora da ESPM.

Em um cenário onde jornadas, categorias e comportamento se tornam mais dinâmicos, colaboração passa a exigir novos modelos de construção estratégica entre indústria e varejo. A apresentação introduz o conceito do JBP como ferramenta de integração entre dados, execução, experiência e geração de valor compartilhado dentro do novo varejo farmacêutico.

16H10 ÀS 17H10 - PAINEL ESPECIAL

JBP AO VIVO — Construindo Estratégia em Tempo Real

Moderação:

Daniele Motta — Fundadora da BE2WIN, VP de Shopper e Trade na SHOP Br e Professora da ESPM.

Painelistas Confirmados:

Caetano Sampaio — Gerente Comercial Assaí Farma

Luciana Rebello — Client Engagement Director LATAM SymphonyAI

Edu Bezerra — Shopper Insights Manager Reckitt

João Zicardi — CEO FarmaPontos

Rogério Lima — VP GC Líderes

Um painel construído ao vivo durante “A Nova Loja Viva”.

Mais do que uma apresentação, o painel propõe um exercício estratégico real sobre como indústria, varejo, dados e tecnologia podem atuar de forma integrada diante das novas dinâmicas do varejo farmacêutico.

17H10 ÀS 19H00

Happy Hour + Networking Experience

Encerramento com experiências de marca, relacionamento executivo e networking entre líderes da indústria, varejo e ecossistema de saúde.