El consumidor latinoamericano



Autores

José Antonio París, Antonio Carlos Giuliani, Thel Augusto Montero, Zulima Azeneth López Torres, Cecilia Ugalde, Laura Fischer de la Vega, Emigdio Larios Gomez, María del pilar Fontclara Fernández, Pablo Dimas Aranda Soto, María Esther Benitez Bogorín, Natalia Fabiola Jimenez Enciso, María Celeste Romero, Rodolfo Silvero Caballero, Rosa Nancy Matos Reyes y Ricardo Laurenz

Sinopsis

América Latina hoy posee una población de más de 620 Millones de Latinoamericanos, que además de representar una apreciable magnitud como mercado, poseen una cosmogonía y una clara identidad cultural que en muchos aspectos la diferencian del resto de las culturas del mundo. En nuestra región que ya cuenta con una historia que ya ha alcanzado los 200 años de vida independiente, es necesario que no solo estemos a la altura de quienes nos precedieron ofreciendo su vida, su sacrificio y trabajo fecundo, sino que abordemos el desarrollo de modelos de gestión hechos a la medida de nuestras necesidades y poniendo el centro de la palestra a nuestra gente. Muchos son los que hablan de Latinoamérica y de su necesaria integración, nosotros creemos que dicha integración se debe realizar desde todos los planos y dimensiones humanas. Y el mundo de los negocios y la economía no puede estar al margen de este desafío. Y es sin dudas, el marketing uno de los principales actores, ya que de su correcta gestión surge la nueva y fidedigna riqueza que debe no solo mejorar la calidad de vida de nuestra gente, sino incluso apuntalar su felicidad. A esta altura y por el grado de desarrollo que ha alcanzado el marketing y el estudio del consumidor en nuestra región, estamos convencidos de que el tema exige ser tratado en la literatura académica e independiente por especialistas del campo del marketing y del comportamiento de consumidor de toda nuestra Latinoamérica.

Impreso

Año de publicación: 2017

Presentación: Tapa blanda o Bolsillo

Tamaño: 30.5 x 22 cm

Número absoluto de páginas: 356 Páginas

ISBN13: 9789873645303

$75.000 COP

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

Pues, al consumidor latinoamericano se 10 ha ignorado, menospreciado y subestimado sistemáticamente, primero por su supuesta pobreza relativa, y mala distribución de su riqueza con relación a los países del "primer mundo". Y luego, afirmando que el consumo en Latinoamérica es el reflejo del consumo europeo o norteamericano o que emula los modelos de consumo del consumidor occidental, y no han faltado quienes han tratado de etiquetar de diversas formas despectivas a nuestros consumidores siguiendo los modismos foráneos. Pues, nada de eso es válido y tampoco cierto, y este libro señala las enormes diferencias entre nuestros consumidores latinoamericanos con los consumidores occidentales y de otras regiones del mundo. Además, se demuestra porque bajo el perfil del consumidor latinoamericano se alinean los consumidores de las distintas naciones que conforman nuestra Latinoamérica.

JA

Sobre el autor

José Antonio París

AC

Antonio Carlos Giuliani

TA

Thel Augusto Montero

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

ZL

Zulima Azeneth López Torres

CU

Cecilia Ugalde

LL

Laura Fischer de la Vega

EL

Emigdio Larios Gomez

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen



María del pilar Fontclara Fernández



Pablo Dimas Aranda Soto



María Esther Benitez Bogorín



Natalia Fabiola Jimenez Enciso

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

MC

María Celeste Romero

RS

Rodolfo Silvero Caballero

RR

Rosa Nancy Matos Reyes y Ricardo Laurenz

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen