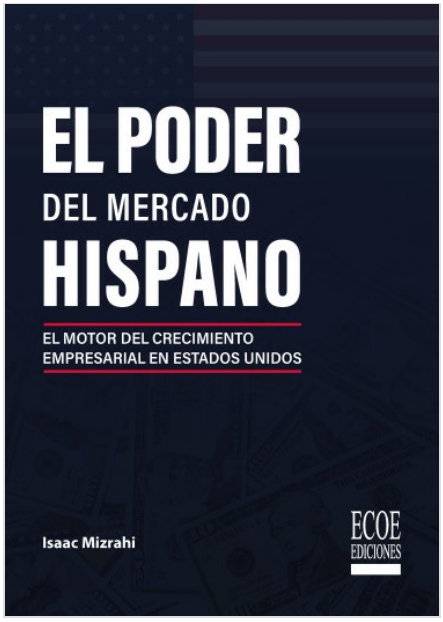
El poder del mercado hispano

El motor del crecimiento empresarial en Estados Unidos



Autor

Isaac Mizrahi

Sinopsis

Esta obra aborda las dinámicas transformadoras del mercado hispano en Estados Unidos, revelando su impacto crucial como motor de crecimiento empresarial. El autor, Isaac Mizrahi, ofrece una mirada profunda sobre las oportunidades y retos que enfrentan las marcas para conectar con esta creciente y diversa población.Con un enfoque basado en datos recientes y casos prácticos de éxito, el libro explica cómo la cultura, el idioma, y las preferencias multiculturales configuran nuevas estrategias de marketing y negocio. Aborda además los mitos y barreras que limitan la inversión efectiva, y plantea el papel integrado y estratégico que debe asumir el marketing multicultural en las organizaciones modernas.Destinado a ejecutivos, profesionales del marketing y líderes empresariales, este texto presenta un análisis riguroso y actualizado, acompañado de ejemplos reales de marcas como McDonald’s, Pepsi, Kia y otras, para guiar la implementación de planes efectivos y sostenibles orientados a los consumidores hispanos y multiculturales.

IM

Sobre el autor

Isaac Mizrahi

Isaac Mizrahi es un ejecutivo de marketing de talla mundial y galardonado que ha dedicado más de 30 años de su carrera a trabajar con marcas como BAT, Coca-Cola, BellSouth, Nextel y Sprint, desempeñando diversas funciones en múltiples geografías.

Impreso

Año de publicación: 2026

Presentación: Trade paperback (EE.UU) (Libro)

Tamaño: 24 x 17 x 1.6 cm

Número absoluto de páginas: 294 Páginas

ISBN13: 9789585089068

$139.000 COP

E-Book

Año de publicación: 2026

Presentación: EPUB (Digital: online)

Número absoluto de páginas: 294 Páginas

ISBN13: 9789585089075

$125.000 COP

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

Isaac ha sido ponente en varias conferencias de marketing multicultural y ha aparecido en The New York Times, San Francisco Chronicle, PBS, Ad Age, AdWeek y otras publicaciones del sector. En 2006 fue reconocido como el comercializador hispano del año en Estados Unidos por «Marketing y Medios» de Ad Week por su trabajo en Sprint-Nextel. En 2021 fue reconocido por AdWeek como uno de los 50 mejores ejecutivos de marketing del país.Durante la última década, ha pasado del lado del cliente al lado de la agencia, como director general de alma advertising, una agencia líder en estrategia multicultural y publicidad, trabajando con empresas como McDonald's, PepsiCo, Molson Coors, CVS Health, Lilly, Google e Intuit, entre otras.Además de su trabajo diario, Isaac también formó parte de la junta directiva del Hispanic Marketing Council, la organización que representa a nuestro sector, y tiene una columna mensual en Forbes.com, donde escribe sobre marketing multicultural en Estados Unidos para miles de lectores.Nació en Río de Janeiro (Brasil), emigró a Estados Unidos en 1999 y vive en la hermosa ciudad de Miami con su esposa, sus dos hijos y su perro Ollie.

E-Book

Año de publicación: 2026

Presentación: PDF (Digital: online)

Número absoluto de páginas: 294 Páginas

ISBN13: 9789585089082

$125.000 COP

Palabras clave

Mercado hispano, marketing multicultural, crecimiento empresarial, marcas, estrategias de marketing, cultura hispana, idioma, casos prácticos, inversión, marketing estratégico

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