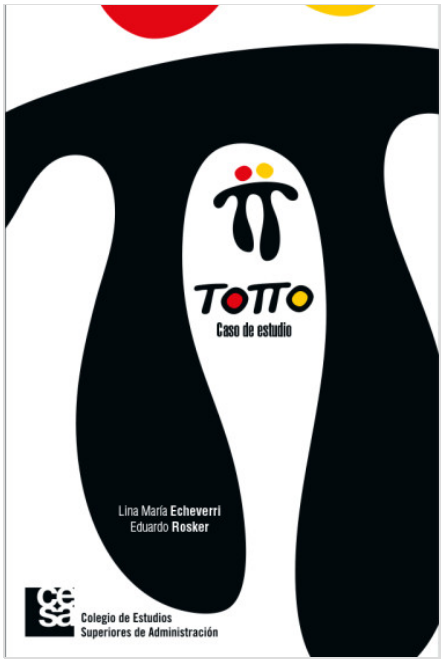
Totto

Caso de estudio

Autores
Lina María Echeverri Cañas, Eduardo Julio Rosker

Sinopsis

La tradición investigativa del CESA tiene como objetivo misional abordar la realidad colombiana desde una perspectiva académica. El CESA ha desarrollado una metodología propia para construcción de casos académicos a través de una propuesta diferenciadora al ofrecer una herramienta pedagógica que basada e incluida en los métodos interactivos de aprendizaje, tiene la particularidad de trabajar con situaciones reales y actuales, permitiendo al participante sumergirse en la realidad organizacional y social, analizándola, comprendiéndola y aplicándole los conceptos teóricos aprendidos o a aprender. Por esta razón, la inclusión de estudios de casos de empresas colombianas como estrategia pedagógica tiene como finalidad desarrollar competencias en pensamiento crítico y aprendizaje reflexivo en nuestros estudiantes. En este sentido, un caso que cobró interés académico para el CESA fue la empresa Nalsani S.A. con su marca reconocida TOTTO. La promesa de valor de la marca TOTTO se sustenta en el significado que tiene el pensamiento estratégico de sus líderes en la creación de productos extraordinarios a través de la anticipación de las necesidades de sus clientes.



E-Book

Año de publicación: 2012

Presentación: EPUB (Digital: descarga y online)

Tamaño: 4 Megabytes (MB)

Número de páginas orientativo de un producto digital: 104 Páginas

ISBN13: 9789588722122

$17.000 COP

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

Sobre el autor

Lina María Echeverri Cañas

País: Colombia Perfil Profesional Economista Empresarial de la Universidad Autónoma de Manizales, Magíster en Administración con énfasis en Mercadotecnia del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey ITESM y candidata a Doctora en Integración y Desarrollo Económico y Territorial de ULE/UTP.

IBD

Año de publicación: 2012

Presentación: Libro

Tamaño: 21 x 13.5 cm

Número de páginas del contenido principal: 104 Páginas

ISBN13: 9789588722115

$30.571 ARS



Palabras clave

Totto; Imagen corporativa; Marcas de fábrica/colombia; Mercadeo - publicidad/colombia

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

Perfil Académico Con una experiencias de 12 años en consultoría empresarial y docencia, en el área de investigación de mercados y diseño de planes de mercadeo. Fue Directora de programas de Economía Empresarial y de la Especialización en Negocios y Marketing Internacional de la Universidad Autónoma de Manizales. Ha desarrollado diversas investigaciones y publicaciones en temas administrativos y de mercadeo. También ha sido profesora invitada por las Cámaras de Comercio de Manizales y Pereira, Universidad Nacional de Colombia, Universidad del Rosario, La Salle College, Universidad Autónoma de Manizales y CESA.



Eduardo Julio Rosker

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