



## El cerebro publicitario

**Carlos Alberto Dulanto Sandoval**

“El libro que hará que las marcas piensen.”

El autor, publicista e investigador del comportamiento humano, Carlos Dulanto S., describe la importancia del insight como relectura de nuestros genes culturales, nuestros memes, pensamientos y conductas cotidianas. Gracias a que conocemos la evolución de los insights es que las marcas pueden transmitir mejores mensajes y lograr una mejor fidelización con los consumidores. En este libro encontrará historias y consejos para lograr el éxito de las marcas y hacer que ellas piensen.

**Fecha de publicación:**

01/03/2013

**Sello Editorial:**

Planeta

### Contacto de prensa

**Nombre:** Gabriela Mogollón

**Teléfono:** +51 991 867 325

**Email:** gjmogollon@eplaneta.com.pe

**Carlos Alberto Dulanto Sandoval**