



Vamos a comprar un político

Rolando Arellano

Un libro que sin duda usted debe de leer antes de las próximas elecciones

¿Si elegir nuestras autoridades es una de las acciones que más influyen en nuestra vida, no deberíamos dedicarle al menos el mismo esfuerzo que le ponemos para comprar una refrigeradora? Ese es el postulado de este libro donde Rolando Arellano propone aplicar las experiencias de compra de la vida diaria a las elecciones políticas. De una manera simple pero completa recorre todos los pasos de la elección para mostrarnos qué es lo que debemos considerar y tomar en cuenta a la hora de hacer nuestra compra y cómo comportarnos frente a ella una vez que se haya efectuado la transacción.

Con los comentarios de importantes y reconocidos personajes especialistas en el tema, como Antonio Zapata, Alfredo Torres, Aldo Mariátegui, Fernando Tuesta, María Elena Tillit-Roig, Pedro Tenorio y Augusto Álvarez Rodrich, el libro pretende poner en discusión e incitar a la reflexión en torno a este importante evento que cada cierto tiempo nos toca enfrentar como ciudadanos. En un contexto en el que

la clase política del país se encuentra desprestigiada o en tela de juicio, y gran parte de la población pierde cada vez más responsabilidad e interés en su correcto ejercicio ciudadano, este libro devuelve al acto de elegir un candidato político la importancia y seriedad que le es propia.

Fecha de publicación:
13/11/2015

Sello Editorial:
Planeta

Contacto de prensa

Nombre: Gabriela Mogollón

Teléfono: +51 991 867 325

Email: gjmogollon@eplaneta.com.pe



Rolando Arellano

Rolando Arellano Cueva es uno de los más reconocidos expertos en marketing para países en desarrollo. Doctor en Administración de empresas de la Universidad de Grenoble, Francia, Máster en Administración de ESAN y psicólogo de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Es docente en la escuela de negocios CENTRUM Católica y en universidades de diversos países de América. Ha sido profesor principal y director de la Maestría en Negocios Internacionales de la Universidad Laval de Quebec, Canadá, y director de la Maestría de ESAN, Perú. Es presidente de Arellano Marketing Investigación y Consultoría, empresa con la que realizó los primeros estudios sobre estilos de vida en Latinoamérica, y que tiene como clientes a prestigiosas empresas nacionales e internacionales. Asimismo es representante de ESOMAR, Asociación Mundial de Investigadores de Marketing. Ha escrito diez libros que se han editado en países como Canadá, México, España y Perú. Sus artículos han sido publicados en libros, revistas académicas y revistas especializadas.