



12 mitos de una región sin nombre. Latinoamérica

Rolando Arellano

El nuevo libro del gurú del marketing, Rolando Arellano

Con una experiencia y genio reconocido por todos quienes lo han tenido como maestro o cliente, Rolando Arellano puede ser denominado un gurú en lo que a marketing se refiere. Pero su conocimiento del comportamiento de los consumidores no se restringe a una fría hoja con datos, su verdadero talento y compromiso está en el conocimiento de las formas de vida de los peruanos y latinoamericanos. Hay cierta sociología de lo que somos en sus libros y por eso este libro no solo le habla de quienes trabajan en marketing sino también a quienes intentan conocer un poco más de aquella región que Jorge Luis Borges llamó "el extremo occidente", tan colorida, gozosa y particular como entrañable; una región antes llamada el tercer mundo que hoy mira de igual a igual y con cierta ironía al "viejo mundo". Este libro es una reedición aumentada y corregida de su clásico *Latinoamérica, mucho más que siesta y fiesta*.

Fecha de publicación:
02/07/2019

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.