

0.0

Comentarios (0)

Carlos Bastardo Hahm

Quito, Ecuador
Conferencista | Capacitador | Coach | Docente | Panelista

País de residencia: Ecuador

Nacionalidad: Venezuela

Idiomas: Español

Áreas de conocimiento

Investigación de mercados, Sociología del mercado, Etnografía y marketing.

Descripción del perfil

Sociólogo por Universidad Central de Venezuela, donde alcanzó mención honorífica. Posee estudios de antropología en la Universidad de Chile y la sede de Flacso Ecuador. Posee más de 25 años de experiencia en investigación de mercados habiendo realizado trabajos en Ecuador, Chile, República Dominicana, Venezuela y en el mercado latino de Estados Unidos de Norteamérica. Es experto en investigación etnográfica aplicada al mercadeo y entre los logros profesionales constan la publicación de los libros: • Eva, María y Tú: El marketing y las mujeres ejecutivas en Ecuador • La Nariz de Elizabeth Montgomery: Anti manual para la aplicación del paradigma etnográfico a la investigación del consumidor. "No creo en soluciones pre empaquetadas, cada cliente tiene necesidades propias y distintas incluso a la de su competencia más directa" Mi formación como sociólogo me capacita para desarrollo de metodologías que se ajustan a la necesidad de cada cliente. He sido conferencista en varios seminarios internaciones, como Mkt Latino en Mar del Plata y Asunción y en el Foro CIM en Santa Cruz de la sierra.

Conferencias, Cursos o Talleres

Técnicas cualitativas de investigación de mercados

Flexible

un revisión profunda de las técnicas cualitativas de la investigación de mercados

Introducción a las técnicas cuantitativas de la investigación de mercados

Flexible

Un taller teórico práctico de la encuesta como metodología de investigación de mercados

Investigación de mercados para el lanzamiento de nuevos productos

Flexible

Lanzar productos nuevos al mercado requiere unos pasos previos y la investigación es muy necesaria, aqui las principales consideraciones a tomar en cuenta

Etnografía y marketing

Flexible

Las herramientas de la antropología aplicadas a la investigación del consumidor

Sociología del mercado

De 1 Hora a 2 Horas

La importancia de la sociología en el mercadeo es a veces menos preciada, aquí explicaremos la importancia de sociología como ciencia auxiliar del marketing

Porque la investigación de mercados a veces falla

De 1 Hora a 2 Horas

Una charla que le va a permitir detectar errores comunes en la investigación de mercados y cómo evitarlos

20 consejos que nadie le quería dar en la investigación de mercados

De 1 Hora a 2 Horas

un manojito de consejos que le serán útiles cuando contrate investigación de mercados y que normalmente nadie le quiere dar

Elementos fundamentales de la investigación de mercados.

4 Horas o más

un paseo por los conceptos fundamentales de la investigación de mercados que conviene tener claros para evitar errores.

Las mujeres ejecutivas en ecuador, una aproximación etnográfica.

Flexible

Un estudio muy completo sobre la situación de la mujeres ejecutivas que le darán pistas para incluir la visión de género en sus estrategias de marketing.

Mercadeo con enfoque de género

De 1 Hora a 2 Horas

Las mujeres son la mitad del mundo y madres de la otra mitad, considere eso en sus estrategias me marketing.

Marketing social

Flexible

Cómo usar técnicas de marketing para promover causas sociales

Perfil en Mentes a la Carta

https://www.mentesalacarta.com/conferencistas-capacitadores-coaches/carlos-bastardo