



Tiempo de [®]mercadeo

Mayo - Julio 2010 - Año 7 - N° 25 - Medellín - Colombia

ISSN 1794-3574



Gratis, el futuro de un precio radical

Chris Anderson

•ISBN 9788493696108•

•2009•352páginas•

•Cubierta rústica con solapas•15x23•

•Empresa Activa•

¿Qué significa exactamente que un producto sea “gratis”? ¿Cuáles son los peligros de un mercado basado en un precio “cero”? Chris

Anderson, explora en *Gratis* cómo el entorno digital marca una tendencia imparable. Si en el siglo XX lo gratuito era una estrategia de marketing, una forma de desplazar el pago de un producto a otro, hoy es una fuerza económica totalmente nueva, un modelo de mercado que requiere una mentalidad empresarial revolucionaria. Desde el clásico sistema de tres partes, donde una tercera sostiene el intercambio gratuito entre otras dos, lo gratuito se extiende hoy hasta productos tan novedosos como los libros digitales o los audiolibros, que lejos de perjudicar el mercado editorial lo potencian.

TDM•Mayo•Julio•2010 | 01