



### **Harold Silva Guerra**

(\*1970 in Kolumbien) schreibt seine Dissertation *The Effects of Image, Symbols and Cultural Habits on Consumerism in Colombian Retail Business* bei Prof. Dr. Yvette Sánchez und bei Prof. Octavio Ibarra. Er möchte den Einfluss kultureller Parameter auf das Konsumentenverhalten im kolumbianischen Detailhandel untersuchen, wobei er insbesondere auf die Entwicklung ausländischer Supermarktketten wie Carrefour oder Makro fokussiert ist, die in Kolumbien zuweilen scheitern, weil sie dem kulturellen Kontext des Landes zu wenig Beachtung schenken. Herr Silva Guerra hat an der Universidad del Norte in Barranquilla Wirtschaft studiert und hat sowohl einen Master in International Business Administration an der Business School der Bournemouth University (GB) als auch einen MBA an seiner Heimatuniversität absolviert. Er arbeitet seit 2000 als ständiger Dozent für Marketing an der Universidad del Norte in Barranquilla und ist seit Januar 2009 als Berater für die Handelskammer und die Inter-American Development Bank (IDB) in Barranquilla tätig.

[harold.silvaguerra@student.unisg.ch](mailto:harold.silvaguerra@student.unisg.ch), [hsilva@uninorte.edu.co](mailto:hsilva@uninorte.edu.co)