



COMPROMISO, INSPIRACIÓN,
CONFIANZA Y EMPATÍA.
CONVERSACIONES CON PROPÓSITO

USAR NUESTRAS IDEAS
PARA EMPUJAR AL MUNDO
A AVANZAR. Y HACERLO CON
GRANDES PERSONAS
COMPROMETIDAS E
INSPIRADORAS.
PROPONER Y ENTABLAR
CONVERSACIONES QUE
RETROALIMENTAN GRANDES
IDEAS Y LAS HACEN ÚNICAS.
ESTABLECER VÍNCULOS
BASADOS EN LA CONFIANZA
Y LA EMPATÍA.
**CONVERSACIONES CON
PROPÓSITO QUE
CONSTRUYEN MARCAS
HUMANAS.**

ghio@oxitobrand.com
arda@oxitobrand.com

oxitobrand.com

twitter.com/oxitobrand
www.facebook.com/oxitobrand

CONFERENCIAS

Nos apasiona compartir conocimientos y aprender. Conectar con las personas y dialogar para que nuestra visión acerca del branding, el diseño y la educación, forme parte activa de las conversaciones que se establecen en el campo profesional.

En cada conferencia ponemos todo nuestro conocimiento y experiencia para convertir ese momento en una experiencia única para la audiencia.

Más de 40 conferencias en los últimos 4 años, en 25 ciudades distintas de 7 países diferentes, para más de 45.000 asistentes, son nuestro mayor aprendizaje.

CAPACITACIONES

Creemos en hacer de las organizaciones un lugar de aprendizaje, un espacio para el crecimiento y la inspiración, un lugar donde las ideas se convierten en realidad. Un lugar para hacer, creando una cultura del aprendizaje colaborativo.

Workshops, seminarios, conferencias in house, son algunos de los modelos que proponemos, focalizados o abiertos, para grupos reducidos o equipos multidisciplinares.

Porque un equipo construye un gran negocio. Pero una cultura es la que construye un gran equipo.

CONSULTORIAS

Entendemos a la marca como la promesa de una experiencia única. Y es, en principio, una fuente de valor. Es la base que sostiene la relación entre una organización y sus públicos.

Estamos convencidos de que la construcción de marcas es consecuencia de integrar el aporte de cada una de las personas que forman parte de ella, dentro o fuera de la organización.

Trabajamos cada caso como lo que es: único. Porque para ayudar a consolidar marcas exitosas no existen fórmulas.

Posicionar una marca en el contexto de la sociedad del siglo XXI ya no se limita exclusivamente a ganar la batalla en la cabeza del consumidor; la victoria se alcanza en el corazón de las personas.



**"NO ME ALCANZA CON
IMAGINARTE, SI NO PUEDO
TOCARTE Y SENTIRTE"**

Envolvernos en la experiencia no es sólo enunciar valores, sino incluir sensorialidad. Es en ese espacio donde se materializan las ideas y donde lo intangible se vuelve tangible. Es conectarse con una marca y hacerlo desde una experiencia sensorial que incorpore la afectividad para traspasar el campo de la estricta observación en una dimensión que abarca la totalidad de nuestros sentidos. De las ideas al producto tangible, del enunciado a la experiencia concreta. Y donde la calidad deja de ser un sólo un concepto para convertirse en el corazón de cada proyecto.

MARCELO GHIO

Consultor en branding y gestión estratégica de comunicación. Se ha desempeñado como Decano de la Facultad de Diseño y Comunicación ISIL, en Lima, Perú. Profesor invitado del IE Business School de Madrid, de la Universidad Mayor de Chile, de San Francisco Xavier Escuela de Negocios y de la Universidad Católica Santa María en Arequipa, Perú. Diseñador Gráfico (UBA / Universidad de Buenos Aires).

Ha ejercido su actividad docente en la Universidad de Buenos Aires, en la Escuela Superior de Diseño de Buenos Aires como Director Académico, y desde 1995 hasta 2010 en la Universidad de Palermo, donde creó y coordinó el área de Diseño de Imagen Empresaria y Branding. Es miembro del Comité Editorial y de Arbitraje de las publicaciones del Centro de Estudios DC de la misma Universidad.

Es creador del concepto Oxitobands y autor del libro "Oxitobands: marcas humanas para un mercado emocional", editado en Argentina (Gräal Ediciones, 2009), Perú (Editorial Planeta, 2011 y 2013), Colombia y México (Liquid Thinking, 2015).

Para fines de 2016 publicará su nuevo libro "Biobranding: hacia la construcción de un ecosistema sostenible de marcas"

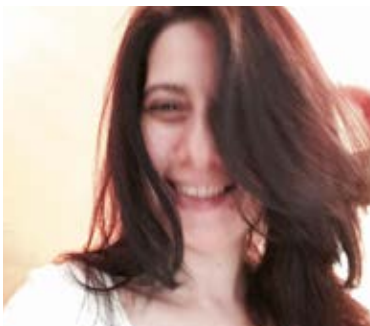
Ha realizado proyectos y asesorías para empresas y organizaciones -tanto públicas como privadas- en diferentes países.

Desde hace más de 20 años es jurado en concursos nacionales e internacionales; y publica con continuidad en distintos medios gráficos y digitales -en Argentina, Chile, Perú, Colombia, Ecuador, España y China entre otros- notas sobre branding, diseño, gestión y cultura social.



Es conferencista y se ha presentado en diferentes ciudades de Argentina, Chile, Perú, México, España, Ecuador y Colombia; entre ellas Buenos Aires, Madrid, Barcelona, Mendoza, Guayaquil, Arequipa, México DF, Neuquén, San Luis Potosí, Córdoba, Bogotá, Santiago de Chile y Lima.

Sus conferencias, capacitaciones y consultorías tienen como temas centrales Oxitobands, Biobranding, branding emocional y diseño.



ARDA KISSOYAN

Diseñadora Gráfica, con experiencia en diseño e implementación de imagen corporativa y packaging; desarrollo, posicionamiento y lanzamiento de marcas; elaboración de conceptos, estrategias y contenidos

comunicacionales. En los últimos años se ha especializado en productos de alta gama. Su visión integral y estratégica le ha posibilitado obtener logros significativos en el posicionamiento de marcas de productos y servicios de primer nivel.

Se ha desempeñado como directora de diseño en SBPC (Buenos Aires), diseñadora senior en Interbrand Argentina, Y responsable de diseño en Alta Vista Wines (Argentina) entre otros.

Ha desarrollado proyectos para empresas como Bodegas Chandon, Bodega Alta Vista, Cheval des Andes, Chateau Dereszla-Hungría-, Edonia Groupe -Francia-, Grupo Peñaflor, Andean Viñas, Bodega Augusto Pulenta, Chocolates Fenix, Chocolates Salgado, Cerveza del Paraguay, Molinos Río de la Plata, Luchetti, Alimentos Sagemüller, Quickfood, Adams, Petrobras, Metrogas, Edesur, Bansud, Teatro La Plaza -Lima, Perú-, Telefónica de Argentina, Scotiabank, Banco Galicia, IBM, Mass Life, Daimler Chrysler, Federal Express, Merck Sharp & Dohme, Bristol Myers Squibb, Discovery, entre otros. También ha colaborado con proyectos para Secretaría de Culto -Argentina- y Universidad de Buenos Aires.

Sus trabajos han sido publicados en diferentes medios especializados como The dieline, Lovely Package, Packaging of the world, Box Vox, entre otros.