

# ANDY STALMAN “MR. **BRANDING**”

BrAndyng



## SOBRE **ANDY**

Andy Stalman es uno de los **mejores expertos en Branding del Mundo**. Tiene talento y carisma, y es considerado como “Mr. Branding” en varios países. Con una personalidad magnética se ha posicionado en puestos de liderazgo desde su juventud. Como un experto en marcas con **más de 20 años de experiencia**, ha desarrollado proyectos **en más de 25 países**.

Licenciado en **Relaciones Internacionales** por la Universidad de Belgrano y Licenciado en **Periodismo** por la Universidad Católica Argentina, ambas de Buenos Aires. Ha realizado estudios avanzados de **Comunicación** en la Universidad de Saint Joseph, en Philadelphia, EE.UU y está especializado en **Dirección de Marketing** por la Universidad de Pompeu Fabra de Barcelona.



[andystalman.com](http://andystalman.com)

[brandoffon.com](http://brandoffon.com)

[humanoffon.com](http://humanoffon.com)

# ANDY STALMAN “MR. BRANDING”

## VIDA PROFESIONAL

De 1994 a 1997, se desempeñó como Director de Marketing para **Lacoste**. De 1998 a 2002 fue Director de Marketing de **Aeropuertos Argentina 2000**, encargado del desarrollo del marketing y comercial de los 35 mayores aeropuertos del país. Durante 16 años fue Managing Director de **Cato Partners** Europe & Latam. En la actualidad es socio cofundador y Managing Director de **TOTEM Branding**. Conferenciante tanto en España como en otros países de Europa, Asia, Norteamérica y Latinoamérica es uno de los “top 100 conferenciantes de España” según la prestigiosa consultora Thinking Heads. También es miembro del concejo asesor del World Football Summit. Ganador del premio Propósito en los Honest Awards 2019 a la honestidad con los usuarios.

## VIDA ACADÉMICA

Director del “Master Brandoffon” en Esden Business School, para España, Colombia y México. Profesor del Executive MBA del IE Business School. Premio a la Excelencia Académica del IE, Executive Education. “Gigante del Branding”. Responsable del III Módulo Internacional “Cátedra Andy Stalman” en la Universidad Piloto de Colombia. Catedrático del CESA, Colombia y profesor invitado de la Escuela de Posgrado de la Universidad de Piura, Perú. Profesor invitado en Escuelas de Posgrado en ambas orillas del Atlántico. Diploma del “International Digital Business Seminar” en RCC-Harvard.

## PUBLICACIONES

Autor del best seller **“BRANDOFFON, el Branding del futuro”**, ya por su séptima edición que lleva más 4 años como uno de los más vendidos de Amazon y es considerado como uno de los libros mas influyentes del siglo XXI en su campo. En Junio de 2016 publicó, también con Planeta, su segundo libro en solitario **“HUMANOFFON”**, ya por su cuarta edición. Coautor de “Los nativos digitales no existen” publicado por Deusto en 2017.

**Su blog ha sido premiado como el Mejor Blog de Marketing de España en 2015** en la categoría ‘Premio anual Top Blogs Marketing’; y lleva ya **más de dos millones de visitas**. Miembro de la Junta Directiva de la Asoc. Española de Centros Comerciales (AECC). Elegido jurado del Festival de Cannes Lions 2015. Ha escrito más de 150 artículos especializados en Branding, Comunicación, Diseño y Marketing para varios países y medios. Coautor de los libros “Los colores del conocimiento. Una visión de la sabiduría humana”(2013), “Barcelona: Capital Mundial del Fútbol” (2012) y “Vicente del Bosque: El Spanish Leader completo” (2012).



[andystalman.com](http://andystalman.com)

[brandoffon.com](http://brandoffon.com)

[humanoffon.com](http://humanoffon.com)

# ANDY STALMAN “MR. BRANDING”

## DICEN LOS MEDIOS SOBRE ANDY



CADENA  
**SEI2**

*"Andy Stalman es uno de los expertos en Branding mas importantes del planeta"*

**Emprendedores**

*"Escritor, conferenciante, empresario y profesor universitario, el branding actual y futuro no se entiende sin su labor teórica y práctica en medio mundo"*

**CincoDías**

*"Brandoffon. El Branding del futuro". El texto ha sido valorado por diferentes expertos como uno de los libros más influyentes del siglo XXI.*

**ABC**

*"Experto en comunicación, marketing, marcas e identidad corporativa"*

**EL MUNDO**

*"Considerado un gurú internacional de las redes sociales"*

**tve**

*"También se le conoce como Mr. Branding, por su destreza en posicionar marcas en el mercado mundial"*

**Expansión**

*"Ideólogo de identidades empresariales. Un excelente conversador"*

**EL PAÍS**

*"Un gran comunicador que apuesta por la creatividad y la innovación".*

**EL ESPAÑOL**

*"Andy Stalman en sí mismo es el mejor ejemplo de posicionamiento de marca que un cliente puede desear."*

**Diario de Mallorca**

*"Mantener una conversación con Stalman es tan revelador como humano."*



**TEDx**



**EL PAÍS**



[andystalman.com](http://andystalman.com)

[brandoffon.com](http://brandoffon.com)

[humanoffon.com](http://humanoffon.com)

# ANDY STALMAN “MR. BRANDING”

## DICEN LOS MEDIOS SOBRE ANDY



### España



*“Andy Stalman es, probablemente, el experto en identidad de marca y 'branding' más importante del mundo hispanohablante.”*



*“Lo que podía ser la biblia del Branding: Brandoffon de Andy Stalman”*

### En el Mundo: Australia



*“Conocido como ‘Mr Branding’ en España y Latinoamérica, Andy Stalman ha desarrollado proyectos de diseño en más de 25 países y es reconocido como uno de los más destacados especialistas en marketing, publicidad y comunicación.”*

### Colombia



*“Andy Stalman, más conocido como ‘Mr. Branding’”*

### Perú



*“Socio de Cato Partners y experto en branding de España y la región, Andy Stalman explica así un concepto que ha cambiado la gestión de la identidad de las marcas hace ya varios años”*

### México



*“Andy Stalman. conocido como “Mr. Branding”, es uno de los mejores especialistas de branding en España y América Latina.”*



[andystalman.com](http://andystalman.com)

[brandoffon.com](http://brandoffon.com)

[humanoffon.com](http://humanoffon.com)



# ANDY STALMAN “MR. BRANDING”

## DICEN LOS INFLUENCERS SOBRE BRANDOFFON

### ACTITUD BRANDOFFON: UN NUEVO MUNDO NECESITA NUEVAS IDEAS

Más allá de las técnicas ya conocidas sobre la teoría del Branding, el reconocido experto Andy Stalman traslada este concepto a la realidad importante de las tecnologías digitales y al poder que otorga a la red de usuarios. Y lo hace con una visión optimista y con una gran convicción en la capacidad del ser humano para imaginar, crear y construir un mundo mejor, y con ello unas marcas mejores.

Esta tercera edición del libro aborda en los puntos neurálgicos de este nuevo Branding del siglo XXI a partir de los datos reales que configuran la nueva imagen del mercado convencional para desarrollar un Branding exitoso. Sus argumentos, inspirados en la antropología y la sociología, y contrastados con casos recientes, revelan aspectos fundamentales para desarrollar un innovador y más eficiente Branding.

«Uno de los mejores especialistas en Branding de España y América Latina.»

**El País**

«Experto en comunicación y creación de marcas... está considerado un "gurú internacional" de las redes sociales.»

**El Mundo**

«Andy Stalman también se le conoce como Mr. Branding, por su destreza en posicionar marcas en el mercado mundial.»

**Televisión Española**

«Lo que podía ser la biblia del Branding: Brandoffon.»

**Cadena SER**

«Resulta imprescindible leer, disfrutar y entender los puntos que Andy Stalman da sobre el Branding en el siglo XXI para que nuestras marcas lleguen a lo más alto.»

**Gonzalo Brigi, presidente en España y Latinoamérica de Interbrand**

«Andy Stalman es el Winston Churchill del marketing. El día que visita un Half of Fame de marcas marketinianas, el edificio que lo alberga levantará su nombre.»

**Risto Mejide, político y escritor**

### ¿CUÁLES SON LAS CLAVES PARA DESARROLLAR UNA GRAN MARCA EN LA ERA DIGITAL?

Estamos asistiendo al «futuro del futuro». Vivimos un cambio de era sin precedentes que está transformando nuestro entorno y con ello todas las empresas y marcas. En este nuevo escenario los productos ya no pueden limitarse a cumplir sólo con su rol de diferenciación y de creación de valor, sino que, además, tienen que interactuar con el público, conectar con él y colaborar en la construcción de una sociedad más humana.

Esta nueva edición del libro actualiza las reflexiones sobre Branding, que el autor propugna en la versión original, para que cualquier persona o negocio pueda potenciar y optimizar la relación con el cliente y sus mercados. El autor explica cómo serán las tendencias y las necesidades de los consumidores y marcas en un mundo cada vez más conectado, y qué índices de ello han aparecido en los últimos tiempos para que la comunicación entre ambos sea más fructífera y revierta en beneficio mutuo.

Internet y las redes sociales son la piedra angular de esta revolución. Las nuevas herramientas que ha generado la era digital (y seguirá haciéndolo) serán fundamentales para alcanzar el objetivo primordial: tener un por qué, ser relevantes para la vida de las personas... En esta nueva realidad, la tercera edición, actualizada, de Brandoffon cubre todo su sentido (brand + offline + online).

«Algunos de los activos más valiosos del mundo son marcas —esa intangible combinación de expectativas, certidumbres y promesas que asociamos a un producto, una organización, una persona o hasta a todo un país—. Andy Stalman no sólo ha acumulado una gran experiencia práctica sobre cómo nacen, crecen, cambian o mueren las marcas sino que también ha sabido destilar esa experiencia en las originales ideas que nos ofrece en este útil libro. Vale la pena leerlo.»

**Moisés Naím, autor de El Fin del Poder.**

«Brandoffon es un texto lleno de esperanza y de gran ayuda sobre las maravillosas posibilidades que se presentan ante nosotros en esta Era Digital. Andy Stalman escribe como un evangelista con la misión de lograr que sus lectores interioricen la creatividad, imaginación, aprendizaje y el compromiso que se necesitan para el éxito de una marca hoy en día. Lean este libro para aprender por qué y cómo formar parte de la actual revolución de las marcas.»

**Denise Lee Yohn, autor de What Great Brands Do**

«En este libro, Stalman hace claro hincapié en que las marcas de hoy en día no pueden depender meramente de un gran producto o creación de valor. Por el contrario, las marcas necesitan convertirse en líderes en la creación de una sociedad justa y equitativa. La experiencia global y la perspectiva de Andy son estimulantes. Encontraréis en las páginas de Brandoffon que palabras como “canales” están siendo reemplazadas por “valores” y “cultura”.

**Erik Qualman, autor nominado al premio Pulitzer y autor de Socialnomics**

**Gestión 2000**

Grupo Planeta

www.gestion2000.com

www.planetadelibros.com

www.facebook.com/Gestion2000

@Gestion2000

Twitter, Facebook e Instagram en:

#BrandOffon



BRANDOFFON ANDY STALMAN

7ª EDICIÓN Ampliada y actualizada

EL BRANDING DEL FUTURO ANDY STALMAN

Prólogo de Mike Walsh



ANDY STALMAN

Es reconocido como uno de los mejores especialistas en Branding de España y Latinoamérica y es considerado como «Mr. Branding» en varios países. Como un experto en marcas con más de 20 años de experiencia, ha desarrollado proyectos en más de 25 países.

Es licenciado en Relaciones Internacionales por la Universidad de Belgrano y licenciado en Periodismo por la Universidad Católica Argentina, ambas de Buenos Aires. Ha realizado estudios avanzados de Comunicación en la Universidad de Saint Joseph, en Philadelphia, y está especializado en Dirección de Marketing por la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona. También es doctor en la Universidad Piloto de Colombia de la cátedra que lleva su nombre.

Además, es profesor, Premio a la Excelencia Académica y «Gigante del Branding» del IE Business School, director del «Master BrandOffon» en EADA (Business School), Profesor invitado de la Escuela de Posgrado, Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura, Perú y catedrático del CESA, Colombia. Además, es profesor invitado de varias universidades a ambas orillas del Atlántico.

Ha escrito más de ciento cincuenta artículos sobre Branding, comunicación, diseño y marketing para diferentes medios de comunicación de varios países. Asimismo, imparte conferencias en Europa, Latinoamérica y Asia y es Managing Director de Cato Partners para Europa & Latam.

andystalman.com  
brandoffon.com

Diseño de cubierta: Departamento de Arte y Diseño, Área Editorial Grupo Planeta

«Algunos de los activos más valiosos del mundo son marcas —esa intangible combinación de expectativas, certidumbres y promesas que asociamos a un producto, una organización, una persona o hasta a todo un país—. Andy Stalman no sólo ha acumulado una gran experiencia práctica sobre cómo nacen, crecen, cambian o mueren las marcas sino que también ha sabido destilar esa experiencia en las originales ideas que nos ofrece en este útil libro. Vale la pena leerlo.»



**Moisés Naím, autor de “El Fin del Poder”**

«Brandoffon es un texto lleno de esperanza y de gran ayuda sobre las maravillosas posibilidades que se presentan ante nosotros en esta Era Digital. Andy Stalman escribe como un evangelista con la misión de lograr que sus lectores interioricen la creatividad, imaginación, aprendizaje y el compromiso que se necesitan para el éxito de una marca hoy en día. Lean este libro para aprender por qué y cómo formar parte de la actual revolución de las marcas.»



**Denise Lee Yohn, autor de “What Great Brands Do”**

«En este libro, Stalman hace claro hincapié en que las marcas de hoy en día no pueden depender meramente de un gran producto o creación de valor. Por el contrario, las marcas necesitan convertirse en líderes en la creación de una sociedad justa y equitativa. La experiencia global y la perspectiva de Andy son estimulantes. Encontraréis en las páginas de Brandoffon que palabras como “canales” están siendo reemplazadas por “valores” y “cultura”.»



**Erik Qualman, autor nominado al premio Pulitzer y autor de Socialnomics**



andystalman.com

brandoffon.com

humanoffon.com

# ANDY STALMAN "MR. BRANDING"

## DICEN LOS **INFLUENCERS** SOBRE HUMANOFFON



*«Todos los progresos que registra la humanidad estuvieron acompañados por desorientación y conflictos. La adaptación a los nuevos tiempos exigieron -y exigen- reflexiones profundas. Sobre esto nos esclarece Andy Stalman»*



**Marcos Aguinis, Escritor, sociólogo y neurocirujano**

*«En un momento de la historia de la humanidad en el que la tecnología propone una de las mayores transformaciones a la que ésta se ha visto sometida, la lectura de HUMANOFFON nos proporciona una razón fundamental para despertarnos, emocionarnos, acercarnos y conectarnos a lo que somos, seres humanos. Nos ayuda a crear la hoja de ruta para participar del cambio que estamos viviendo como sociedad, en un mundo en el que cada vez se hace más difícil distinguir entre el on y el off porque, al final, eso no es lo que importa.»*



**Sebastian Fernandez de Lara, socio director de Hamilton Retail**

*«Andy vuelve a ser único e inventa "HUMANOFFON"; obra transmedia, desde ya imprescindible para ti, que abre la mente de quien lo lee y le inspira de forma genial y elocuente a entender y disfrutar de los pequeños detalles y las cosas importantes de la vida en este momento tan convulso de revolución social, digital y cultural que nos ha tocado vivir. Tu futuro lo construirás de forma más acertada y sencilla gracias a Andy Stalman y a el libro que tienes ahora mismo en tus manos.»*



**Juanjo Fraile, CEO Hipermedia Factory y Fundador de Talentya**



[andystalman.com](http://andystalman.com)

[brandoffon.com](http://brandoffon.com)

[humanoffon.com](http://humanoffon.com)

# ANDY STALMAN “MR. BRANDING”

## TRANSFORMANDO EMPRESAS



- 5Talks
- AB-Inveb, El Salvador
- AECC - Asoc. Española de Centros y Parques Comerciales
- AJE - Asoc. de Jóvenes Empresarios
- ASHOTEL - Asoc. Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro
- Andalucía Management
- Aris, Perú
- Asoc. Colombiana de Porcicultores
- Ayto. de Alicante. Concejalía de Comercio
- Ayto. de Oviedo
- Ayto. de San Sebastián
- Barcelona Activa
- Bergé y Cía.
- BBVA, Perú
- BBVA Global Retail & Business Banking. Consumer Finance
- Cabildo de Santa Cruz de Tenerife
- Cadena Ser
- CALRE, Conferencia de Asambleas Legislativas Regionales Europeas
- Cámara de Comercio de Bilbao
- Cámara de Comercio de Murcia
- CESA, Colombia
- CIO - Compañía de las Islas Occidentales
- Cadena SER
- Centro Comercial Modoo
- Club de Marketing de La Rioja
- Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España
- Creanavarra
- Creditex, Perú
- Diario de Mallorca
- El País
- Esden Business School
- Euroforum
- Exma Bolivia
- Exma México
- Fenalco
- Fundació Privada Cecot
- Fundecomercio
- GLeads, República Dominicana
- Global Sports Innovation Center, powered by Microsoft
- Goldcar
- Grupo PRISA
- Guardian
- Hepta, Consultoría de Personas y Puestos Canarias
- Hosteltur
- IE Business School
- Informática El Corte Inglés
- ING Investment
- Insights, Ecuador
- Instituto De Empresa
- International Council Of Shopping Centers, Inc.
- Modaes
- Museo del Traje de Madrid
- Norman Broadbent
- Orange
- Orange, República Dominicana
- PBS - Panamerican Business School
- Planeta Hipermedia
- Prosegur
- Roatán Comunicación
- Roche
- Ronda Iberia
- Sage
- Sanitas
- SEFH - Sociedad Española de Farmacia Hospitalaria
- Sales Automation Development
- Semgroup Tech, Ecuador
- Servilia Servicio Digital
- Sociedad Nacional de Industrias, Perú
- Technal
- TEDx
- Tigo
- Toyota España
- Unibe - Universidad Iberoamericana
- Universidad Antonio Nebrija
- Universidad de Alcalá de Henares
- Universidad de Barcelona
- Universitat de les Illes Balears
- Universidad de Piura, Perú
- Vodafone



[andystalman.com](http://andystalman.com)

[brandoffon.com](http://brandoffon.com)

[humanoffon.com](http://humanoffon.com)