

Quiero.

Proyecto: **Sustainable Brands Madrid 2018**

Subvención Ayuntamiento de Madrid
7 de agosto, 2018



2018

**SUSTAINABLE BRANDS
MADRID**
7 - 9 OCT

Índice

1.	<i>Introducción</i>	3
2.	<i>Sobre Quiero</i>	4
3.	<i>Sobre Sustainable Brands</i>	5
4.	<i>Historia de Sustainable Brands en España</i>	6
5.	<i>Presentación Proyecto Sustainable Brands Madrid 18</i>	7
6.	<i>Objetivos, indicadores, valores meta y ponderación</i>	8
	OBJETIVO OPERATIVO 1: Promover y poner en valor los modelos de negocio que tienen la sostenibilidad, la innovación, la solidaridad y la convivencia urbana como eje de su cultura corporativa y/o su actividad empresarial. (Ponderación del 55 % del importe de la subvención).....	8
	OBJETIVO OPERATIVO 2: Posicionar a la ciudad de Madrid y a sus empresas en el ámbito nacional e internacional como referentes en el mundo de la sostenibilidad y la innovación aplicada a los negocios. (Ponderación del 45 % del importe de la subvención).....	9
7.	<i>Ficha técnica de objetivos e indicadores</i>	12
8.	<i>Justificación documental, consecución de objetivos y evaluación de los resultados obtenidos</i>	13
9.	<i>ANEXOS</i>	14

1. Introducción

Sustainable Brands Madrid 2018 se presenta como un encuentro global de líderes expertos en sostenibilidad, innovación y negocio en cuyos objetivos está la promoción y proyección internacional de la ciudad de Madrid en términos de innovación y sostenibilidad vinculada a los negocios. En línea con la subvención para la que se presenta este proyecto, se trata de un **evento de alta relevancia y de carácter social y educador, que sitúa a la ciudad de Madrid como referente de los valores de solidaridad, convivencia urbana, multiculturalidad y respeto por el medio y la sostenibilidad**

En el siguiente documento, se presenta Quiero y Sustainable Brands. Además, se recorre la historia de Sustainable Brands en España y se explica con detalle el proyecto de Sustainable Brands Madrid 2018. A continuación, se presentan los objetivos del proyecto, las actividades planteadas, los indicadores que se utilizarán para medir el éxito del proyecto y su ponderación sobre el total de la subvención. A modo de resumen, se presenta una ficha técnica de objetivos e indicadores. Por último, se adjuntan como anexos los documentos que se mencionan a lo largo del proyecto, así como el presupuesto de éste y la documentación requerida para la presentación de esta subvención.

2. Sobre Quiero

Quiero surge en Madrid en septiembre de 2008. Un periodo convulso de nuestra historia reciente.

Desde los servicios de consultoría de marketing en el ámbito de la sostenibilidad nos hemos centrado en trabajar con todas aquellas organizaciones e instituciones públicas y privadas que han identificado la sostenibilidad y la generación de valor compartido como un modelo de gestión y activo fundamental de su desempeño.

Esto nos ha llevado a trabajar con: Ayto. de Madrid, Samsung, Cruz Roja, Unicef, Coca-Cola, Fundación Secretariado Gitano, Ministerio de Igualdad (primer gobierno de Zapatero), Heineken, Campofrío, Danone, Anesvad...

Tres son los pilares de nuestro trabajo: la investigación, la planificación estratégica y la innovación.

Adicionalmente, a lo largo de estos 10 años de actividad, nuestra consultora se ha sumado o ha liderado proyectos para inspirar y fomentar la reflexión en torno a los retos que aborda nuestra sociedad y nuestra especie con proyectos como Diálogos en La Granja, La Revolución de las Agujas, Quiero filosofía, Labels for your planet o, precisamente, Sustainable Brands, objeto de esta solicitud.

Quiero forma parte de una extensa red de organizaciones y plataformas de acción en torno al cambio sistémico que nuestra sociedad necesita, ente las que destacan Pacto Mundial, Forética, Fundación Renovables, Youth Business, Sustainable Brands, etc.

3. Sobre Sustainable Brands

Sustainable Brands nace en San Francisco hace más de 13 años con el objetivo que aglutinar todo el conocimiento y casos relevantes en torno a la ecuación sostenibilidad y negocio.

La actividad de Sustainable Brands se centra en tres actividades fundamentales:

- **Foros internaciones.** Del primer encuentro celebrado en San Diego se han ido sucediendo otros encuentros, siempre con la voluntad de permanencia en el tiempo: Londres, Estocolmo, Río de Janeiro, Buenos Aires, Tokio, Kuala Lumpur, Cape Town, Detroit, Vancouver, etc.

El objetivo de los encuentros es impulsar y promover la cultura de la sostenibilidad en la forma de hacer negocios en las regiones donde se celebran los encuentros. Un intercambio de experiencias a nivel global de la mano de reconocidos profesionales en su materia y compañías líderes en sus sectores de actividad.

- **Plataforma online.** Dentro de sustainablebrands.com se da acceso a una gran comunidad de profesionales y contenido de todo el mundo en el ámbito de la sostenibilidad: artículos, informes, opiniones, etc. Un espacio de encuentro y diálogo en torno a una forma diferente de hacer negocios.
- **Grupos de trabajo.** Liderado por empresas *partner* de Sustainable Brands, se ofrece la posibilidad de generar espacios de trabajo para dar respuesta a retos en el ámbito de la sostenibilidad que tienen sus propias compañías u organizaciones miembros de la red Sustainable Brands.

De esta forma, se organizan trabajos *ad hoc* atendiendo a las necesidades de cada una de ellas.

4. Historia de Sustainable Brands en España

De la mano de Quiero, única empresa que tiene la **licencia**¹ para poder celebrar este evento en España, comienza la andadura de Sustainable Brands en España desde la ciudad de Barcelona. Durante las dos primeras ediciones, 2015-2016, Sustainable Brands cuenta con el apoyo del Ayto. de Barcelona y el IESE como socio académico.

Después de dos años de actividad en la ciudad de Barcelona, traemos la experiencia de Sustainable Brands a Madrid en el 2017, contando con el apoyo de su ayuntamiento para la celebración del encuentro en LA NAVE.

En estos tres años de actividad en España hemos contado con más de 1200 asistentes del mundo de la innovación, marketing, RRHH, emprendimiento, operaciones, responsabilidad corporativa y academia, siempre de perfil internacional.

Más 80 speakers de referencia a nivel global han formado parte de la conversación en nuestros escenarios. Hemos elaborado dos estudios sobre movilidad Sostenible, "Cocreating Cities", y desarrollado actividades en la calle para la ciudadanía a través de Sustainable Sunday.

Desde el punto de vista de repercusión en medios, el año pasado, a modo de ejemplo, se pasó la cifra del millón de euros², gracias al apoyo de *media partners* como Atresmedia, Corresponsable, Ciudad Sostenible, Ciclosfera...

ACCIONA, Ford, Patagonia, Levis, Coca-Cola, Basf, Samsung, Cambell, Timberland, Leroy Merlin, BBVA, Panera, IBM, Adidas, Ecoalf, El Naturalista... Son algunas las marcas que nos han acompañado en estos años.

El año pasado se celebró en Madrid la tercera edición³ de Sustainable Brands, en la NAVE, con la asistencia de más de 400 personas de 20 países distintos.

¹ ANEXO 1: Traducción jurada del Memorandum de Entendimiento por medio del cual Sustainable Life Media, concede la licencia de uso y explotación de la marca SB a Quiero Salvar el Mundo Haciendo Marketing para los años 2017, 2018 y 2019.

² Cálculo hecho según la metodología SROI para calcular el retorno de inversión en medios.

³ ANEXO 2: Programa Sustainable Brands 2017. Vídeo resumen del evento Sustainable Brands Madrid 2017: https://www.youtube.com/watch?v=k2ffp_xHFr4

5. Presentación Proyecto Sustainable Brands Madrid 18

Sustainable Brands Madrid 2018 se celebrará en Madrid (Centro Centro) el 8 y 9 de octubre. Se trata de un evento en el que profesionales de todo el mundo se reunirán alrededor del lema: **“Rediseñar la buena vida: marcas que se ponen al servicio de la humanidad”**. Sustainable Brands es una invitación al cuestionamiento del modelo en el que nos encontramos. Frente a un marco que prima la búsqueda del negocio versus la persona, se quiere profundizar en lo que ya están significando los modelos de negocio que ponen en el centro al ser humano.

Quiero ha impulsado como uno de sus objetivos estratégicos la organización de “Sustainable Brands Madrid 2018” en la ciudad de Madrid. Este evento es una de las citas más importantes que se celebra en Europa entorno a la conexión entre sostenibilidad, innovación y negocio, y que constituye una oportunidad única de networking con personas expertas, especialistas en innovación de negocio, nuevas empresas y Administración.

De este modo, se plantean con este proyecto dos días intensos de conocimiento, inspiración y trabajo en la ciudad de Madrid con la idea de **posicionar a la ciudad de Madrid como ciudad innovadora y comprometida con la sostenibilidad a nivel nacional e internacional a través de un encuentro global de líderes expertos en sostenibilidad, innovación y negocio**⁴. El tejido empresarial es una parte fundamental de las ciudades y el único modo coherente de que una ciudad como Madrid avance en sus planes de desarrollo sostenible es implicando a las empresas en el objetivo común de convivencia urbana y respeto al medio ambiente.

Se trata de un evento que tiene aforo limitado por lo que el acceso queda restringido a las personas que hayan adquirido una entrada a través de la página web de Sustainable Brands o a aquellas que tengan una invitación para poder asistir.

⁴ La relevancia y atractivo de las ponencias y de las personas participantes se pueden ver en el ANEXO 3: Programa del evento Sustainable Brands 2018. Este documento, hasta que no se cierre el programa definitivo, está sujeto a cambios, por lo que algunos ponentes podrán ser todavía incorporados y es posible que algunos de los hasta ahora confirmados terminen por no asistir. Todas las actualizaciones de los ponentes asistentes al evento así como el programa definitivo, estarán publicadas en la página web de Sustainable Brands Madrid 2018: <http://sustainablebrandsmadrid.com/sb18/es/>

6. Objetivos, indicadores, valores meta y ponderación

OBJETIVO GENERAL ESTRATEGICO: Sustainable Brands tiene como objetivo general estratégico promocionar los modelos de negocio basados en valores y principios como la sostenibilidad, la innovación, la solidaridad, y la convivencia urbana con el fin de contribuir a una sociedad más junta y más sostenible, y promover la proyección internacional de Madrid como ciudad innovadora y comprometida con proyectos de gestión urbana y modelos de negocio basados en estos principios.

Sustainable Brands Madrid 2018 trabaja por promover la centralidad de Madrid como ciudad puente para impulsar políticas públicas sobre la sostenibilidad y la innovación, así como la concienciación y proactividad del ciudadano en materias de sostenibilidad.

OBJETIVO OPERATIVO 1: Promover y poner en valor los modelos de negocio que tienen la sostenibilidad, la innovación, la solidaridad y la convivencia urbana como eje de su cultura corporativa y/o su actividad empresarial. (Ponderación del 55 % del importe de la subvención)

Con este objetivo pretendemos promover relaciones entre empresas nacionales e internacionales compartiendo conocimiento sobre nuevos modelos de negocio para contribuir a una mejor sociedad, más sostenible y más justa. Si bien la sostenibilidad es un término del que se viene hablando durante décadas, la aplicación de este concepto al mundo de los negocios y de las marcas es algo en fase todavía experimental, en construcción.

Pretendemos en estas jornadas compartir casos de éxitos y fracasos entorno a la sostenibilidad, la innovación y el negocio, a fin de fomentar el conocimiento colectivo en materia de sostenibilidad aplicada al mundo de la empresa.

Así mismo pretendemos inspirar a otras empresas para que sean cada vez más, las que incorporen a su modelo de negocio la idea de sostenibilidad.

Existen ya empresas que trabajan de manera sostenible y que pueden servir de ejemplo para muchas otras: empresas que se han cuestionado el modelo actual y que están cambiando para ponerse al servicio de la humanidad. La oportunidad de reunir casos de éxito y personas expertas en innovación, sostenibilidad y negocio resulta determinante para seguir avanzando en esta dirección.

En este sentido, resulta especialmente relevante la promoción del trabajo de emprendedores que se dedican a la sostenibilidad o que integran la ciudadanía en sus modelos de negocio.

Para la consecución de este objetivo operativo se van a realizar ponencias plenarias de 20 minutos, diálogos, mesas redondas y talleres con la asistencia de muy diversos perfiles empresariales, diversos y diferentes sectores e industrias, rangos, y departamentos. Estas actividades se realizarán durante los días 8 y 9 de octubre en Centro. El aforo es limitado y es necesario tener una entrada o invitación para poder acceder.

#	Indicadores	Unidad de medida	Fórmula de cálculo	Valor meta	Ponderación sobre el importe de la subvención
1	Asistentes al evento.	Nº de personas	sumatorio	340	5%
2	Ponencias /talleres.	Nº de presentaciones	sumatorio	18	5%
3	Diversidad de temas tratados en las jornadas	Nº de temáticas	sumatorio	5	5%
4	Ponentes internacionales	% de ponentes	porcentaje	30	5%
5	Asistentes internacionales	% de personas	porcentaje	15	5%
6	Asistentes grandes empresas (+ de 250 trabajadores)	% de personas	porcentaje	30	5%
7	Asistentes de PYMES (-250 trabajadores)	% de personas	porcentaje	30	5%
8	Asistentes "Otros" (académicos, estudiantes, ONGs, etc.)	% de personas	porcentaje	10	5%
9	Partners y patrocinadores internacionales	% de organizaciones	porcentaje	20	5%
10	Participación de grandes empresas (+250 trabajadores).	Nº de empresas	sumatorio	10	5%
11	Participación de PYMES (menos de 250 trabajadores).	Nº de empresas	sumatorio	25	5%

OBJETIVO OPERATIVO 2: Posicionar a la ciudad de Madrid y a sus empresas en el ámbito nacional e internacional como referentes en el mundo de la sostenibilidad y la innovación aplicada a los negocios. (Ponderación del 45 % del importe de la subvención)

Es un objetivo fundamental del proyecto atraer a Madrid eventos y actos representativos que tengan gran repercusión mediática en un entorno global, en el que las grandes urbes compiten para ser mejor calificadas, y posicionarse como ciudades cosmopolitas, abiertas y globales.

La sola celebración del evento en Madrid supone la llegada a la ciudad de numerosas personas destacadas dentro del mundo de la sostenibilidad y la empresa (ponentes, marcas, participantes, patrocinadores, etc.). Además, la ciudad de Madrid cuenta ya con una infraestructura apropiada para la celebración de este evento que puede ser aprovechada y visibilizada a propósito de este encuentro internacional.

Madrid tiene un tejido profesional desarrollado en el ámbito de la sostenibilidad y la empresa y un evento como Sustainable Brands Madrid lo pone en valor y ayuda a generar sinergias entre los distintos grupos de interés.

Desde lo público, Madrid está haciendo una apuesta de ciudad sostenible y Sustainable Brands Madrid es la forma de involucrar a las empresas en este propósito, de hacer expansivo este objetivo común al sector privado.

Para cumplir este objetivo operativo todas las **actividades de comunicación** que tengan lugar en Sustainable Brands, están vinculadas a este objetivo y consisten en: la producción de un video promocional (ya ha sido producido con su correspondiente versión más corta para mover por redes sociales, y se puede ver en el canal de Youtube de Sustainable Brands)⁵ , la producción de un video resumen del evento, acciones de comunicación (notas de prensa, entrevistas en medios, y promoción en redes sociales).

⁵ Vídeo promocional de Sustainable Brands Madrid 2018:
<https://www.youtube.com/watch?v=LxhH2b2y8yw>

#	Indicadores	Unidad de medida	Fórmula de cálculo	Valor Meta	Ponderación sobre total de la subvención
1	Visitas del vídeo promocional del evento	Nº de visualizaciones	sumatorio	8.000	10%
2	Difusión del vídeo resumen evento	Nº de correos electrónicos	sumatorio	300	5%
3	Visitas a la web de Sustainable Brands Madrid 2018	Nº de visitas	sumatorio	25.000	8%
4	“Me gusta” en la página de Facebook de Sustainable Brands	Nº de “me gusta”	sumatorio	9000	3%
5	Impresiones en Twitter de Sustainable Brands	Nº de impresiones	sumatorio	200	3%
6	Apariciones en medios locales	Nº de menciones	sumatorio	8	3%
7	Apariciones en medios nacionales	Nº de menciones	sumatorio	12	3%
8	Apariciones en plataformas Internacionales	Nº de menciones	sumatorio	4	3%
9	Partners internacionales que colaboran con la difusión del evento.	Nº de organizaciones	sumatorio	5	3%
10	Retorno de la inversión (SROI)	euros	sumatorio	500.000	4%

7. Ficha técnica de objetivos e indicadores

Resumen de objetivos operativos, indicadores, valores meta y ponderación:

DEFINICIÓN	PONDERACIÓN OBJETIVO	INDICADOR	VALOR META	PONDERACIÓN INDICADOR
OBJETIVO OPERATIVO 1: Promover y poner en valor los modelos de negocio que tienen la sostenibilidad, la innovación, la solidaridad y la convivencia urbana como eje de su cultura corporativa y/o su actividad empresarial.	55%	1	340	5%
		2	18	5%
		3	5	5%
		4	30	5%
		5	15	5%
		6	30	5%
		7	30	5%
		8	10	5%
		9	20	5%
		10	10	5%
		11	25	5%
OBJETIVO OPERATIVO 2.- Posicionar a la ciudad de Madrid y a sus empresas en el ámbito nacional e internacional como referentes en el mundo de la sostenibilidad y la innovación aplicada a los negocios.	45%	1	8.000	10%
		2	300	5%
		3	25.000	8%
		4	9.000	3%
		5	200	3%
		6	8	3%
		7	12	3%
		8	4	3%
		9	5	3%
		10	500.000	4%

8. Justificación documental, consecución de objetivos y evaluación de los resultados obtenidos

Una vez realizado la actividad descrita en el proyecto se procederá a la justificación documental de la aplicación de los fondos recibidos al objeto de la subvención, conforme a lo previsto en el artículo 34 de la Ordenanza de las bases reguladoras generales para la concesión de subvenciones del Ayuntamiento de Madrid, y artículos 30 de la ley 28 2003 de 17 de noviembre general de subvenciones y artículo 69 69 del reglamento de la citada ley.

Así mismo se procederá a la evaluación del cumplimiento de los objetivos perseguido según los resultados obtenidos del grado de cumplimiento de los indicadores y metas establecidas. A tal fin se presentará memoria justificativa y documentación acreditativa al respecto, utilizando como fuentes de verificación los datos recogidos diariamente durante la celebración y realización de las distintas actividades que configuran el proyecto. Para ello se destinará un equipo de dos personas con su gerente administración al frente, encargado responsable de la verificación de los citados datos justificación y evaluación de resultados.

9. ANEXOS

Anexo 1: Traducción Jurada del Memorandum de Entendimiento para la licencia de explotación de la marca Sustainable Brands en España para 2017, 2018 y 2019.

Anexo 2: Programa de Sustainable Brands 2017

Anexo 3: Programa de Sustainable Brands 2018.

Anexo 4: Presupuesto de Sustainable Brands Madrid 2018.

Anexo 5: Declaración responsable de cumplimiento de requisitos para obtener la condición de beneficiario de subvenciones.

Anexo 6: Certificado de estar al corriente de las obligaciones de la Agencia Tributaria.

Anexo 7: Certificado de estar al corriente en las obligaciones de Seguridad Social.

Anexo 8: Certificado de titularidad de la cuenta bancaria⁶

Anexo 9: CIF de Quiero

Anexo 10: Escrituras de constitución N° 1215

Anexo 11: Escrituras de nombramiento de cargo y traslado de domicilio N° 257.

⁶ Es el mismo número de cuenta bancaria que se utilizó en 2017 para el apoyo económico que recibió Quiero por parte del Ayuntamiento de Madrid para la celebración de Sustainable Brands Madrid 2017.

Quiero.
Believe in a better way