

# Clima

## 01. Sostenibilidad y marca

### RICARDO PÉREZ

Brand Guidance Domain Leader en Kantar

*¿Qué aprendizajes en comunicación de ODS podemos extraer de las marcas españolas más valiosas?*

*Con Ricardo Pérez conoceremos las claves y las principales conclusiones del estudio realizado sobre las marcas españolas más valiosas, resultado de analizar a más de 4 millones de consumidores para 19.250 marcas en 51 mercados.*



**Ricardo Pérez** es el responsable de compartir todos los aprendizajes sobre gestión de marca al equipo de Kantar en España. Transmite su experiencia y analiza cómo estas novedades pueden ayudar a hacer crecer las marcas. Trabaja de manera estrecha con los responsables de clientes en Kantar España, analizando los desafíos a los que se enfrentan y como el "know-how" de la empresa, sus nuevos desarrollos y el enfoque innovador se convierte en una herramienta que proporciona valor añadido a su trabajo diario. Al mismo tiempo, participa junto a los equipos globales de Marca en desarrollar e implementar soluciones que respondan a los desafíos, actuales y a futuro, a los que se enfrentan las marcas. También desarrolla estudios internacionales, coordinando varios países y estudios locales.

**Kantar** es la empresa líder mundial de datos, insights y consultoría. Realizan la recopilación de sus datos de manera digital y comparten sus insights a tiempo real. A través de soluciones autogestionadas ofrecen los primeros datos en menos de 24 horas y posteriormente datos más exhaustivos. Usan la Inteligencia Artificial y el machine learning para agilizar soluciones ya existentes.



## 02. Greenwashing

### DIDIER LAGAE

Executive Chairman and Founder of MARCO,  
Climate Leader, author of the book 'A Country Brand, a  
Branded Country'; European and Global Communication  
Professional of the Year, and Editor of Ejecutivos

*Con Didier Lagae profundizaremos en Publicidad/Comunicación sobre sostenibilidad en los ámbitos de la publicidad y la comunicación, los peligros del greenwashing. Aportando su visión y recomendaciones para el sector turístico.*



**Didier Lagae** es experto en gestión de la reputación y la construcción de marcas, y plenamente comprometido en contribuir a la lucha contra el cambio climático. El fundador y CEO de la agencia de comunicación MARCO fue destacado como Mejor Profesional de PR en Europa por los PRWeek Global Awards en 2019 propone usar la creatividad para conseguir resultados y concienciar sobre la emergencia climática afirmando que "Si no paramos el calentamiento global no habrá futuro para nadie". En abril de ese mismo año presentó su libro "Marca País, un País como Marca", en el que analiza los desafíos a los que se enfrentan las naciones a la hora de gestionar su marca. Es Líder Climático por parte de The Climate Reality Project, la iniciativa creada con el fin de luchar contra el cambio climático por Al Gore, exvicepresidente de los Estados Unidos y Premio Nobel de la Paz.

**MARCO** es la agencia independiente global con sede en Madrid más premiada y mejor valorada, especializada en crear marca y construir reputación. Formada por un equipo de alrededor de 200 consultores, cuenta con oficinas propias en Madrid, Barcelona, Lisboa, París, Bruselas, Milán, Berlín, Múnich, Londres, Miami, Ciudad de México, Bogotá, Lima, São Paulo, Casablanca, Johannesburgo, Abidjan y Nairobi, así como con oficinas afiliadas de MSL en más de 100 mercados. MARCO está comprometida con la lucha contra la emergencia climática: su meta para 2030 es ser neutros o positivos en emisiones de carbono. Las prioridades de su política son el cambio climático y el desarrollo social sustentable inclusivo.

# Cultura corporativa

## IGNACIO BARRIENDOS

Founder y CEO de DoGood



*En el panel dedicado a analizar la Cultura Corporativa abordaremos la manera en la que generar impacto empezando por tus trabajadores, captación y retención del talento y la importancia del propósito con el experto en Gestión Estratégica de Personas y Talento B2B con Ignacio Barriendos*

**DoGood** nació con la intención de cambiar el mundo con las acciones de muchos. “Plantamos la semilla del cambio en las organizaciones para que, a través de la participación de los empleados, todo su ecosistema adquiera hábitos sostenibles y respetuosos con el medio ambiente, incorporando métricas para reducir el impacto de su actividad. Gracias a la tecnología que hemos desarrollado, nuestro desafío es involucrar a todos los empleados en las acciones sustentables que sus empresas implementan en términos de sustentabilidad. Al involucrar a los empleados ampliamos el alcance positivo de las organizaciones, ya que no sólo tienen efecto las políticas y acciones que la propia empresa lleva a cabo, sino que cada individuo suma sus esfuerzos a la estrategia sostenible común para frenar el cambio climático”.



# Comunidad

*Para saber ¿Cómo podemos transformar retos sociales en oportunidades de negocio tangibles? Contaremos con una mesa de debate con participaten de diversos ámbitos que nos aportarán visiones muy diferentes pero relacionadas con la responsabilidad social de organizaciones y empresas.*

## JULIÁN GARVÍN

Director de Comunicación de Kiss FM - Iniciativa KISS THE PLANET puesta en marcha por este grupo radiofónico



## MIGUEL ÁNGEL CARRASCO

Director de Desarrollo de Negocio de TUR4all y director Técnico del área de Turismo, Accesibilidad Universal y Cultura Inclusiva en PREDIF, Plataforma Representativa Estatal de Personas con Discapacidad Física.

