Publicado en Madrid el 08/10/2018

# [Sustainable Brands® Madrid 2018 reivindica el compromiso de empresas y sociedad para alcanzar el bienestar común](http://www.notasdeprensa.es)

## Luis Cueto, coordinador general de Alcaldía del Ayuntamiento de Madrid, y Jeffrey Franks, director de la Oficina Europea del FMI han inaugurado esta mañana la cuarta edición de Sustainable Brands® celebrada en España. Bajo el lema ‘Redesigning the Good Life: Brands Serving Humanity’, el evento se celebra hoy y mañana con el apoyo institucional del Ayuntamiento de Madrid, el patrocinio de Coca-Cola, JMT, NH Hotel Group y REE, y ESIC Business Marketing School como partner académico

 Sustainable Brands Madrid 2018, evento internacional de sostenibilidad impulsado por Quiero, consultora que trabaja en la ecuación negocio, sostenibilidad y marca, ha sido inaugurado esta mañana por Luis Cueto, coordinador general de Alcaldía del Ayuntamiento de Madrid, y Jeffrey Franks, director de la Oficina Europea del FMI. Bajo el lema ‘Redesigning the Good Life: Brands Serving Humanity’, el evento se celebra hoy y mañana en CentroCentro del Palacio de Cibeles con el apoyo institucional del Ayuntamiento de Madrid, el patrocinio de Coca-Cola, JMT, NH Hotel Group, y REE, y ESIC Business and Marketing School como partner académico. Luis Cueto, coordinador general de Alcaldía del Ayuntamiento de Madrid, ha asegurado durante su intervención que "la seña de identidad del Ayuntamiento de Madrid es poner a la persona en el centro e impulsar la participación ciudadana para renganchar a los ciudadanos con las instituciones and #39; y ensalzó que and #39;el icono de Madrid no es un símbolo físico, Madrid es la ciudad que te abraza. que te hace sentir en tu casa desde el tercer día. El Ayuntamiento ha hecho de ese abrazo su seña de identidad". Para Cueto, "empresas, administraciones e instituciones tienen que seguir trabajando en unir pensamientos y acciones para que el paradigma de qué es la buena vida y cuál es el desarrollo coincida en la buena vida para todos y un igual reparto de riqueza. No se puede vivir bien si hay gente a nuestro alrededor que vive en nefastas condiciones". Jeffrey Franks, director de la Oficina Europea del FMI, ha analizado cómo se puede "repensar la agenda económica para mejorar la sociedad and #39;. Franks ha asegurado que and #39;el desarrollo económico nos ha proporcionado una calidad de vida como nunca hemos tenido, pero sus consecuencias negativas también han supuesto serios desafíos, como el aumento de la desigualdad, la crisis económica y el cambio climático, lo que nos llevan a la necesidad de rediseñar la buena vida". El director de la Oficina Europea del FMI ha indicado que las investigaciones del FMI muestran que se puede hacer más para reformar el sistema y fomentar el crecimiento inclusivo: "Mejores precios de la energía, mayor participación de la mujer en el mercado laboral, más formación y aprendizaje a lo largo de toda la vida profesional y sistemas de protección social". Por su parte, Sandra Pina, socia y directora general de Quiero y directora de Sustainable Brands® Madrid 2018, ha destacado que con la cuarta edición de Sustainable Brands Madrid 2018 "queremos contribuir a que las marcas y organizaciones se cuestionen cómo realizan su actividad para impulsar cambios disruptivos ante los retos globales como son el cambio climático, la desigualdad, la lucha contra la pobreza y el hambre". Pina ha invitado a los 250 asistentes a que sean impulsores del cambio en sus empresas y organizaciones para "contribuir a mejorar el modelo económico, social y medioambiental actual, ubicando a las personas en el centro de todas las decisiones empresariales and #39;". En Sustainable Brands® Madrid 2018 participan más de 30 ponentes que comparten sus experiencias, fracasos y éxitos para rediseñar el concepto de la buena vida, entendida como la aspiración al bienestar común. A lo largo del día de hoy van a intervenir, entre otros ponentes, Philip Kotler, padre del Marketing moderno; Lisa Pike Sheehy, vicepresidenta de Activismo Ambiental de Patagonia; Pelayo Bezanilla, director de Asuntos Públicos, Comunicaciones y Sostenibilidad de Coca-Cola Iberia; Alfonso Fernández, director de Marketing y Comunicaciones de Samsung Electronics; Lisa Hogg, directora de Marketing EMEA de TOMS; Laura Palmeiro, directora de Integración de Sostenibilidad de Danone; Sirikul Nui Laukaikul, estratega de Marca y asesora de Sostenibilidad de The Brandbeing Consultant Co.; David Grayson, profesor emérito de Responsabilidad Corporativa en Cranfield School of Management de Reino Unido; Ynzo van Zanten, choco-evangelista de Tony and #39;s Chocolonely; Daniel Truran, embajador de B Lab Europe, o el Venerable Dr.Phra Shakyavongsvisuddhi. Mañana martes intervendrán, entre otros ponentes, Bibi Bleekemolen, fundadora y gerente de Comunicaciones Corporativas de Fairphone; Cyrus Wadia, vicepresidente de Negocio Sostenible e Innovación de Nike; o Joanna Yarrow, directora de Sostenibilidad y Vida Sana de IKEA. Sustainable Brands® Madrid 2018 será clausurado con una conversación entre Jordi Sevilla, presidente de REE; Helena Herrero, presidenta de HP para España y Portugal, y por Sandra Pina.

**Datos de contacto:**

Sustainable Brands® Madrid

917188509

Nota de prensa publicada en: [https://www.notasdeprensa.es/sustainable-brands-madrid-2018-reivindica-el\_1](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorias: Nacional Finanzas Marketing Sociedad Madrid Solidaridad y cooperación Recursos humanos Oficinas



[**http://www.notasdeprensa.es**](http://www.notasdeprensa.es)