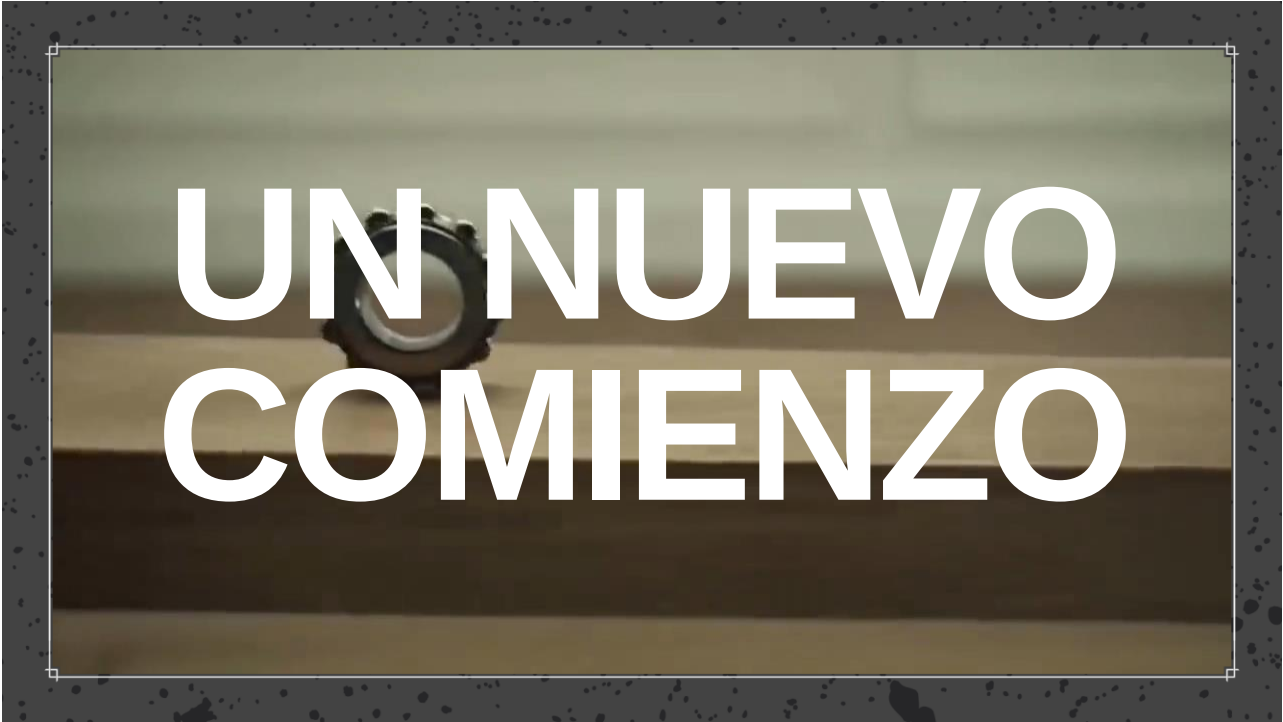




# UN NUEVO COMIENZO



# LA SOCIEDAD

Y SUS TEMAS HOY

**ESTA ES UNA  
NO ES UNA  
CRISIS HUMANA  
CRISIS  
DIGITAL**

**CONFÍA EN  
QUE LOS  
NEGOCIOS  
MANTENGAN  
LA PAZ  
MUNDIAL**

**CONFÍA EN  
EL PODER  
DE LOS  
GOBIERNOS  
PARA HACER  
LO MISMO**



CONFÍA EN QUE LOS  
NEGOCIOS MANTENGAN  
LA PAZ MUNDIAL



CONFÍA EN EL PODER  
DE LOS GOBIERNOS  
PARA HACER LO MISMO

**8 DE 10 PERSONAS**

DICEN QUE LA RESPONSABILIDAD DE QUE LOS  
NEGOCIOS LIDEREN LAS SOLUCIONES  
A PROBLEMAS SOCIALES, ES DE LA EMPRESA.

EDELMAN TRUST BAROMETER 2016

# LA MARC

1. *Coca-Cola*
2. adidas
3. Nike
4. *lider* ✨
5. SAMSUNG

RANKING  
BAV  
**2015**

1. Google
2. YouTube
3. WhatsApp
4. NETFLIX
5. SAMSUNG

RANKING  
BAV  
**2018**

# CHALLENGERS



NotCo

MACH

Lemonade

*Crystal Lagoons*

FÖRK

GENERAN  
EFECTOS  
POSITIVOS

EN LA SOCIEDAD EN QUE

**SON**  
**AL FRICTION L**  
**NECESIDADES / RESPONDEN A**

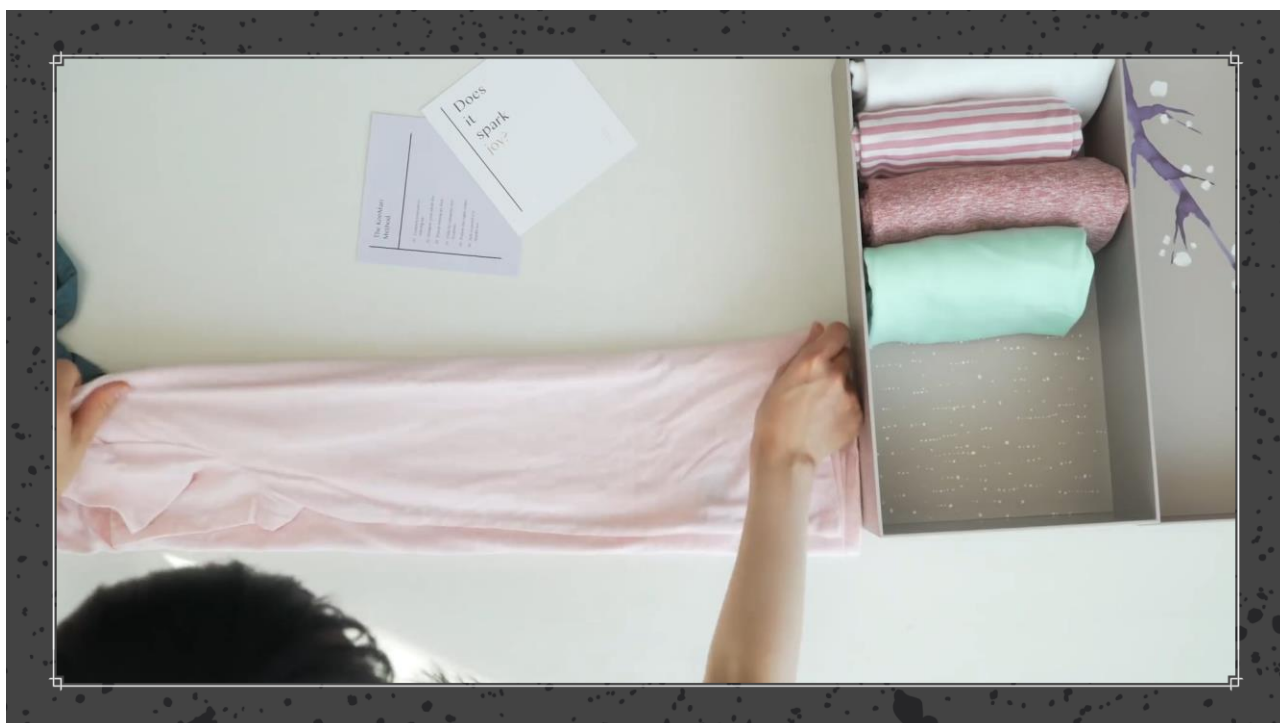
**EL**  
**CONSUMIS**  
**MO**  
**HA SIDO**  
**MATIZADO**  
**POR LA**  
**SOCIOECO**  
**NOMÍA**

FUENTE: WORLD  
ECONOMIC FORUM 2019



FUENTE: HAVAS WW 2016

DEL TENER  
USA  
CAMBIANDO POSICIÓN POR ACCESO  
R



# RELEVANCIA EN

# LO HUMANO

DEFINIR EN QUE ME AYUDAS O EN  
QUE NOS APORTAS





# DESIGUALDAD ECONÓMICA

FUENTES: OXFAM-ONU-EL FINANCIERO-OMS-BANCO MUNDIAL



The advertisement features a man in a white shirt and red tie holding a red sign that says '#HELP A CHILD REACH5'. The background is white with large red numbers '5' and red handprints. To the right, there is a list of statistics and text in Spanish.

**800.000**  
 NIÑOS MUEREN DE DIARREA EN PAISES SUBDESARROLLADO

**Unilever**  
 CREA PROGRAMA DE LAVADO DE MANOS

**5 VECES AL DIA**  
 CAMBIAR LOS HABITOS DE LAVADO DE MANOS SALVARÁ VIDAS EN INDONESIA BAJO DE

**36% A 6%**  
 LA INCIDENCIA DE DIARREA

**WASTE FOOD**

**14** DE CADA CALORÍAS PRODUCIDAS **10%** DE LA PÉRDIDA **50%** DE LA FRUTA COSECHADA

**NUNCA** ES RETAIL Y HOGAR **FEA**

**SERÁ CONSUMIDA** NO LLEGA A LA GÓNDOLA solo POR

**TESCO-WASTE**

PREPARADOS CON FRUTAS Y VERDURAS

**NOT-MAYO 2018**

QUE LA GENTE NO ELEGIRÍA POR FEA



# LA CIUDAD COMO PRODUCTO Y SERVICIO

DE LA  
GENTE  
VIVIRÁ EN LA  
CIUDAD EL  
2030

La ciudad  
tendrá 3  
pilares de  
desarrollo

Estética  
Funcionalida  
d  
EXPERIENCI  
A DE VIDA





# REVOLUCIÓN EDUCACIONA

**NOS MOVEMOS  
DEL IQ AL EQ**



Pero algo finalmente cambió



# RELEVANCIA

MÁS QUE UN SENTIDO

# A SOCIAL