



2016

BUENOS AIRES**13 Y 14 DE SEPTIEMBRE****USINA DEL ARTE**

EL TEMA CENTRAL DE LA EDICIÓN 2016 ESTÁ ALINEADO CON EL DE NUESTRA RED A NIVEL GLOBAL:



PONIENDO EL PROPÓSITO EN ACCIÓN

NUESTROS CONTENIDOS ESTARÁN ESTRUCTURADOS EN CINCO EJES PRINCIPALES:

- EL PROPÓSITO A NIVEL MACRO.
- LIDERAZGO Y CAMBIO ORGANIZACIONAL.
- INNOVACIÓN CON IMPACTO.
- ENGAGEMENT A TRAVÉS DE LA CREACIÓN DE VALOR COMPARTIDO.
- ELEVANDO NUESTRO PROPÓSITO COLECTIVO.

CONTAREMOS CON DIFERENTES FORMATOS Y ACTIVIDADES A LO LARGO DE LAS DOS JORNADAS.



PLENARIAS



WORKSHOPS



INSTANCIAS DE NETWORKING



EXPOSICIÓN DE SOLUCIONES SUSTENTABLES



SESIONES DE DIÁLOGO Y CO.CREACIÓN

PROGRAMA	MARTES 13	MIÉRCOLES 14
8.30 a 9.30	Recepción Coffee	Recepción Coffee
9.30 a 11.30	Plenarias	Plenarias
11.30 a 12	Networking Expo Speaking Corner	Networking Expo Speaking Corner
12 a 13	Plenarias	Plenarias
13 a 14	Networking Almuerzo Speaking Corner	Networking Almuerzo Speaking Corner
14 a 16	<p>Case Talks:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Engagement & Comunicación. • Energía. • Educación. • Innovación. <hr/> <p>Diálogo y Debate Tema: Alimentación.</p> <hr/> <p>Sesión Co.Creación Ciudades Inteligentes.</p> <hr/> <p>Workshop Tema: Marcas con Propósito.</p>	<p>Case Talks:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Engagement & Comunicación. • Energía. • Educación. • Innovación. <hr/> <p>Diálogo y Debate Tema: Género.</p> <hr/> <p>Sesión Co.Creación Emprender con Impacto.</p> <hr/> <p>Workshop Tema: Maduración Sustentable.</p>
16 a 16.30	Networking	Networking
16.30 a 18	Plenarias	Plenarias

ALGUNOS DE LOS SPEAKERS PRINCIPALES, PRESENTES EN SUSTAINABLE BRANDS BUENOS AIRES 2016:



Gunter Pauli
Blue Economy

“La lógica del ecosistema al servicio de la eficiencia en los negocios y la creación de valor”.

La economía azul es un concepto que mira más allá de las economías global y verde, buscando mover hacia un modelo de negocios competitivo que da respuesta a las necesidades básicas de todos, viendo desechos como recursos, invirtiendo en la economía local, y creando productos de mejor calidad a menor costo, con la visión de generar beneficios múltiples para los negocios, la sociedad y que la naturaleza retome su camino evolutivo y simbiótico.

Gunter Pauli sostiene que la Economía Azul creará en 10 años y con 100 innovaciones, 100 millones de puestos de trabajo.

#PropósitoNivelMacro #Innovación #PropósitoColectivo



Danielle Nierenberg
Food Tank

“Cultivando la igualdad en el sistema alimentario”.

Danielle pasó dos años viajando a más de 35 países de todo el África, Asia y América Latina reuniéndose con grupos de agricultores, científicos e investigadores, políticos y líderes de gobierno, estudiantes, académicos y periodistas recolectando sus pensamientos sobre lo que está funcionando para ayudar a aliviar el hambre y la pobreza, y al mismo tiempo que es lo que protege el medio ambiente.

Su conocimiento sobre las cuestiones de la agricultura mundial han sido citadas ampliamente en más de 8.000 de los principales medios de prensa y radiodifusión de todo el mundo, incluyendo The New York Times, el Wall Street Journal, USA Today, el International Herald Tribune, The Washington Post, BBC, The Guardian (Reino Unido), Le Monde, el Mail y Guardian (Sudáfrica), el Este African (Kenya), la revista TIME, Reuters, Agence France Presse, la Voz de América, el Times the India, el Sydney Morning Herald y otras publicaciones importantes.

Danielle Nierenberg es Presidente de FoodTank y experta en agricultura sustentable y en temas sobre alimentos. Ha escrito mucho sobre género y población, la expansión de la industria agrícola en el mundo en desarrollo y las innovaciones en la agricultura sustentable.



Leonardo Maldonado
Gulliver

“El sentido como acelerador de la innovación”.

En un mundo en que la innovación es la pieza clave para poder mantenerse en el juego, el sentido puede ser el catalizador de los procesos que muchos andan buscando. Desde la experiencia de acelerar ecosistemas de innovación en Latinoamérica y de construir culturas de innovación al interior de grandes empresas, Leonardo explorará la relevancia del sentido en la generación sistemática de la innovación.

Leonardo Maldonado, emprendedor serial y social, ha dedicado la mayor parte de su carrera a la promoción de la innovación y el emprendimiento.

#Innovación #PropósitoColectivo



Solitaire Townsend
Futerra

Futerra es una estrategia de sostenibilidad internacional y la agencia creativa con oficinas en Londres, Nueva York y Estocolmo. La empresa fue fundada en 2001 por empresarios Solitaire Townsend y Ed Gillespie. La empresa está especializada en branding, estrategia, cambio de comportamiento de los consumidores y las campañas en el campo de la sostenibilidad.

#Engagement #CreaciónDeValorCompartido



Felipe Macia Fernández
Crepes & Waffles

“Vivir el propósito”.

Crepes & Waffles es un ejemplo vivo de que el éxito es el resultado de vivir un propósito y no solo de tener un propósito. Desde sus inicios en 1980, esta cadena de restaurantes colombiana ha tenido una filosofía empresarial basada en la transparencia, los valores, la coherencia, el respeto por la naturaleza y el firme compromiso por transformar vidas usando la empresa como herramienta. Lo que empezó como el sueño de dos jóvenes universitarios sin ninguna experiencia en negocios o gastronomía, que abrieron una pequeña crepería en Bogotá, es hoy una de las marcas más admiradas en Colombia con presencia en 8 países. Una historia que rompe las creencias convencionales de cómo alcanzar el éxito, y un modelo de negocios que demuestra el potencial que tienen las empresas para regenerar el tejido social y el medio ambiente cuando se cuenta con un propósito auténtico.

#CreaciónDeValorCompartido #PropósitoColectivo



Daniela Pigosso
Essensus

“El viaje hacia la madurez sustentable”.

Muchas organizaciones han ido construyendo una conciencia constante de que la madurez sustentable es un elemento fundamental para el diseño de las principales empresas sustentables. Mejorando su madurez sustentable en los procesos de innovación mediante el establecimiento de un enfoque sistemático y coherente hacia la integración sustentable. Estudios de caso, datos comparativos de resultados y las mejores prácticas de las empresas líderes serán compartidos y van a ser discutidos con el objetivo de encontrar innovaciones. En esta tónica, vamos a compartir la forma en las empresas inspiran para madurar sus habilidades para sustentar.

#Innovación



Cecilia Rena
Arcor

“Arcor vale más si es sustentable”.

En 2015, Grupo Arcor llevó a cabo el tercer ciclo de planificación de su Estrategia de Sustentabilidad. La presentación comentará el proceso que concluyó con la definición de la estrategia 2016-2020, los desafíos enfrentados, las tendencias globales identificadas, los pilares estratégicos definidos y el plan de acción previsto para este período, con el objetivo central de incrementar el valor corporativo de la empresa. Este concepto, que mira al futuro, también es reflejo de las creencias, los valores y principios que orientan a la compañía desde su creación, hace 65 años. El legado, que se expresa en el día a día de la gestión sustentable de Arcor y es parte fundamental de la cultura como elemento diferenciador, dentro del pilar de Identidad de la estrategia de sustentabilidad.

#Liderazgo #CambioOrganizacional



Mark Johnson
Playing For Change

“Cómo la música se pone al servicio del propósito”.

Playing For Change (playingforchange.com) es un proyecto musical global multimedia y una fundación (playingforchange.org), creados por iniciativa de Mark Johnson. Reunir, grabar y filmar músicos de diferentes culturas para promover la paz y la sustentabilidad, y crear escuelas que incluyan el arte como una herramienta de aprendizaje son los objetivos de este movimiento que crece en todo el mundo. Tocar por monedas y tocar para el cambio es el juego de palabras que busca promover una transformación positiva a través de la música alrededor del mundo.

#Engagement #CreaciónDeValorCompartido



Rosalina Villanueva
WGSN

“Cómo la sustentabilidad vive en el mercado”.

Egresada de diseño de modas, con una especialidad en diseño gráfico y marroquinería y calzado. Iniciando a colaborar con la industria de indumentaria desde hace 13 años. Rosalina ha llevado proyectos desde la categoría de Denim hasta el mercado de confección de colecciones para caballeros, infanti y junior con marcas locales e internacionales en México. En el 2010 deja la parte de desarrollo de producto y se une al equipo de investigación de tendencias en WGSN, una empresa inglesa encargada de proveer información anticipada de tendencias de moda. Actualmente es la encargada de llevar cuentas para WGSN Group en algunos países de Latinoamérica, y colabora con distintas empresas en el ramo textil, publicitario, de marroquinería y accesorios como de otras compañías enfocadas al diseño interior, gráfico, belleza y fragancias a enfocar de manera adecuada y para sus mercados los conceptos tomados de las predicciones de los productos del Grupo de WGSN.

#Engagement #CreaciónDeValorCompartido



Geoff Kendall
Future-Fit

“Negocios aptos para el futuro”.

¿Podemos saber si una empresa es verdaderamente sustentable si viéramos alguna? ¿Y cómo podemos saber cuán lejana esta una empresa de esto? Si estás lidiando para poder responder a estas preguntas, no estás solo: es difícil evaluar el progreso real si el destino no está claro. El problema no es la falta de investigación y orientación, sino la dificultad para darle sentido a todo. Lo que se necesita es una herramienta para poder ayudar a las empresas a marcar la diferencia: una que detecte los mejores recursos e identifique vacíos críticos de rendimiento, para informar decisiones, y para medir e informar el progreso de una manera concisa, fiable y comparable con el futuro que se desea alcanzar. Por esto, el punto de referencia de Future Fit está diseñado para satisfacer esta necesidad. Es un recurso abierto y de uso gratuito. Así que vengan y descubran cómo pueden hacer para que su negocio sea apto para el futuro.

#Innovación #PropósitoColectivo



Tamar Hahn
UNIC

“Los ODS como herramienta para activar el propósito”.

Tamar Hahn es la directora del Centro de Información de Naciones Unidas para Argentina y Uruguay. Antes de este nombramiento fue Asesora Regional de Movilización de Recursos y Alianzas Estratégicas en la oficina regional para América Latina y el Caribe del Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA) en Panamá. Entre el 2008 y 2013, fue Oficial de Comunicación Regional para América Latina y el Caribe del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) en la Ciudad de Panamá, donde desarrolló e implementó estrategias y campañas regionales y subregionales de comunicación. Del 2006 al 2008, se desempeñó como Oficial de Comunicaciones de UNICEF en Ginebra, y del 2004 a 2006, fue editora adjunta en la sede de UNICEF en Nueva York.