



1. Bravon. Marketing y Publicidad

Transformamos tu marketing en un compromiso real con la sostenibilidad y la ética.

- Página web: <https://bravon.es>
- Redes sociales: @agenciab bravon: Facebook, Instagram, TikTok

Agencia de marketing y publicidad que certifica que las campañas y acciones que realiza para sus clientes siguen unos altos estándares éticos, como sostenibilidad, igualdad y empleo digno. Asimismo, evalúa previamente el impacto ambiental tecnológico de los clientes para producir una transición real hacia la descarbonización, centrándose en el territorio regional de Andalucía.

2. PROBLEMA / RETO PLANTEADO

- Necesidad creciente en el sector del marketing y la publicidad de garantizar que las marcas no solo hablen de responsabilidad social y sostenibilidad, sino que demuestren con hechos y cifras la coherencia de sus acciones.
- Evitar el *greenwashing*:
Muchas organizaciones afirman ser responsables con el medioambiente y la sociedad, pero no cuentan con procesos o verificaciones rigurosas que respalden sus declaraciones. Esta agencia establece estándares y certificaciones que aseguran la autenticidad de las acciones sostenibles.
- Falta de conocimientos y recursos en sostenibilidad:
Especialmente en startups y pymes, existe desconocimiento sobre cómo incorporar criterios de igualdad de género, reducción de impacto ambiental y buenas prácticas laborales en sus estrategias de marketing. La agencia provee asesoría y acompañamiento especializado.
- Dificultad para medir y mejorar el impacto ambiental de las campañas:
No todas las empresas saben cómo calcular el impacto real de sus actividades comerciales y tecnológicas. La agencia utiliza herramientas de medición y evaluación ambiental, ayudando a las empresas en la transición hacia la descarbonización.

- Integración real de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):
Muchas estrategias de comunicación se quedan en lo superficial. Esta agencia integra de forma tangible los ODS 5, 7, 8, 10 y 12 en los proyectos de marketing y publicidad.
-

3. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- Objetivo 5: Igualdad de género.
 - Objetivo 7: Energía asequible y no contaminante.
 - Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.
 - Objetivo 10: Reducción de las desigualdades.
 - Objetivo 12: Producción y consumo responsables.
-

4. OBJETIVOS

1. OBJETIVO I

Reducir la huella de carbono de las campañas publicitarias en un 20% durante los primeros dos años mediante la digitalización de procesos y la selección de medios de bajo impacto ambiental.

2. OBJETIVO II

Certificar al menos a 10 empresas andaluzas en el primer año que cumplan con criterios de sostenibilidad, igualdad, empleo digno y descarbonización, otorgándoles nuestro sello.

3. OBJETIVO III

Posicionar nuestro sello como un símbolo de confianza y compromiso ético en el sector del marketing y la publicidad en Andalucía, logrando un reconocimiento del 70% entre profesionales del sector para el tercer año.

4. OBJETIVO IV

Disminuir el uso de materiales no sostenibles en un 30% durante el primer año de operaciones mediante la sustitución por alternativas reciclables o biodegradables.

5. OBJETIVO V

Diseñar al menos 5 campañas publicitarias anuales que representen la diversidad de la sociedad andaluza y eviten los estereotipos de género, raza o discapacidad.



6. **OBJETIVO VI**

Realizar auditorías ambientales digitales trimestrales para identificar y mitigar la huella de carbono digital en las campañas de clientes.

7. **OBJETIVO VII**

Disminuir la dependencia energética en un 25% durante los primeros tres años mediante el uso de equipos electrónicos de bajo consumo y el fomento de energías renovables a través de campañas de concienciación.

8. **OBJETIVO VIII**

Implementar una política interna de trabajo sostenible, con una reducción del 20% en el uso de papel y un aumento del 40% en teletrabajo para el segundo año.

9. **OBJETIVO IX**

Crear un informe anual sobre el impacto ambiental y social de las campañas certificadas por Bravo, incluyendo métricas sobre reducción de carbono, igualdad y sostenibilidad.

5. DIFERENCIACIÓN

- Se ofrecen certificaciones internas que complementan y mejoran las normas ISO 9001:2015 (Sistemas de Gestión de la Calidad) y 14001 (Sistemas de gestión ambiental), verificando la sostenibilidad, la igualdad y la calidad en los procesos, lo que aporta transparencia y credibilidad adicional a las empresas que la obtienen.
- Visión integral de la responsabilidad social corporativa (RSC), abordando la creación de políticas internas de igualdad, condiciones laborales dignas y uso responsable de la tecnología, más allá de la simple promoción de productos o servicios.
- Se proporciona un apoyo prolongado y un acompañamiento completo, haciendo seguimiento continuo para proponer mejoras y medir el progreso de cada empresa en su transición hacia la descarbonización y la sostenibilidad.
- Se enfoca en la sensibilización y formación, educando a sus clientes y equipos internos mediante talleres que fomentan cambios duraderos en la cultura corporativa.
- El equipo está especializado en tecnología verde, capacitado para utilizar herramientas y metodologías que analizan y reducen la huella de carbono, optimizando procesos para alcanzar la descarbonización.

6. BUSINESS MODEL CANVAS

6.1. ACTIVIDADES CLAVE

- Creación de campañas de marketing y publicidad con enfoque en la sostenibilidad y la ética.
- Certificaciones propias que mejoran las normas ISO 9001 y 14001, garantizando altos estándares ambientales, sociales y de gobernanza empresarial.
- Investigación sobre tendencias y prácticas de marketing sostenible, para mantenerse a la vanguardia.
- Asesoría y apoyo a *startups* y pymes en sus procesos de sostenibilidad e igualdad de oportunidades, traducido como servicio de consultoría.
- Creación de procesos internos que promuevan la calidad, la igualdad y la reducción del impacto ambiental.
- Utilización de tecnologías innovadoras para implementar estrategias de descarbonización y eficiencia energética.
- Previsión y planificación de proyectos con visión de largo plazo en términos de reducción de huella de carbono y mejora en producción y consumo responsables.

6.2. PROPUESTA DE VALOR

- Diseño y ejecución de campañas de marketing y publicidad que cumplen con altos estándares éticos y sostenibles.
- Certificaciones propias que mejoran las normas ISO 9001 y 14001, brindando reconocimiento a las empresas que cumplen criterios de sostenibilidad, igualdad e impacto positivo.
- Consultoría en RSC y transición hacia la descarbonización, incluyendo evaluación del impacto ambiental tecnológico.
- Creación de planes y procesos para mejorar la calidad, sostenibilidad e igualdad en *startups*, pymes y grandes empresas.
- Comunicación efectiva de resultados ambientales y sociales de los clientes para fortalecer su reputación y coherencia con los ODS.

Además:

- Brindamos a pymes y *startups* reconocimiento gracias a nuestra propia certificación que mejora la ISO 14001, creando planes y procesos que mejoran la sostenibilidad, la calidad y la igualdad. Con nuestra consultoría en RSC incluimos una transición hacia la descarbonización y evaluación del impacto ambiental tecnológico.
- Comunicación efectiva de impacto ambiental y social, fortaleciendo reputación y



alineación con los ODS, mediante campañas de marketing y publicidad éticas y sostenibles.

6.3. SEGMENTOS DE CLIENTES

- *Startups* y pymes que desean incorporar la sostenibilidad desde su etapa inicial y obtener certificaciones que mejoren su competitividad.
- Empresas que buscan reforzar o redefinir su estrategia de responsabilidad social y consolidar su imagen como organizaciones sostenibles y éticas.
- Organizaciones y proyectos que requieren campañas publicitarias con alto impacto positivo, alineadas con los ODS 5, 7, 8, 10 y 12.
- Instituciones públicas y ONG que promueven la sostenibilidad y la igualdad, y necesitan asesoría en marketing y difusión.

6.4. CANALES

- Plataforma web que facilita el acceso a los servicios y certificaciones, con información corporativa y proyectos realizados.
- Redes sociales y campañas web para interactuar con clientes, proporcionar actualizaciones, promocionar servicios y mostrar casos de éxito.
- Ferias y eventos de sostenibilidad, marketing y emprendimiento, para captar nuevos clientes y socios.
- Alianzas con instituciones académicas y organizaciones que fomentan la responsabilidad social y la igualdad de género.
- Referencias de clientes satisfechos y reputación positiva por el valor de la certificación y el impacto medible de las campañas.
- Puerta fría, recurriendo al transporte público si los canales anteriores no funcionaran.

6.5. RELACIÓN CON EL CLIENTE

- Pre-evaluación *online* y automatizada que permite al cliente interesado conocer su impacto ambiental tecnológico.
- Asesoría personalizada y acompañamiento continuo para el diseño e implementación de estrategias de marketing y certificaciones sostenibles.
- Capacitaciones y talleres que empoderen al cliente en temas de sostenibilidad, igualdad y certificación.
- Seguimiento post-campaña para medir resultados, ofrecer mejoras y asegurar el cumplimiento de los estándares y ODS. El seguimiento se realizará a través de la plataforma, mejorando el *feedback* con el cliente.
- Plataforma de gestión de proyectos para garantizar transparencia y colaboración en tiempo real.

6.6. FINANCIACIÓN

- Subvenciones para la Elaboración de Planes de Igualdad (Junta de Andalucía): Dirigidas a empresas con sede en la región que cuenten con entre 10 y 49 empleados (hasta 6.000 euros).
 - Ayudas para la Mejora de la Competitividad y Digitalización del Sector Comercial y Artesano (Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo de Andalucía): Para implementar soluciones tecnológicas que reduzcan el impacto ambiental y promuevan la sostenibilidad.
 - Programas Públicos de Incentivos para la Transición Energética de Andalucía (Agencia Andaluza de la Energía): Promoción de la eficiencia energética y las energías renovables. (andaluciaemprende.es)
 - Hub Olympe Emprende: Programa pionero que impulsa la creación de cooperativas de mujeres en Andalucía, Cataluña y Galicia, promoviendo la economía social y la cooperación. (fiarebancaetica.coop)
-

7. CAMPAÑAS

7.1. CREACIÓN DE CAMPAÑAS DE MARKETING SOSTENIBLE

Desarrollar campañas de publicidad y marketing para empresas que deseen comunicar su compromiso con la sostenibilidad y la ética.

- Ejemplo: Campaña para una marca de productos ecológicos en Andalucía que quiera reforzar su imagen de responsabilidad ambiental.
- Modelo de ingresos: Pago por campaña (creatividad, estrategia, ejecución).
- Diseño e implementación de campañas para productos orgánicos o proyectos que busquen fortalecer su compromiso medioambiental.
- Incluye creatividad, políticas internas y la ejecución completa de la acción publicitaria.

7.2. FORMACIÓN Y TALLERES PARA EMPRESAS

Muchas empresas necesitan formación sobre sostenibilidad y marketing ético. La agencia ofrece talleres y cursos a directivos y equipos de marketing, así como formación especializada para la sostenibilidad y el marketing ético.

- Ejemplo: Curso “Marketing Responsable y Sostenible en la Era Digital”.
- Modelo de ingresos: Tarifas por formación *online* o presencial.

7.3. PROGRAMAS DE PUBLICIDAD RESPONSABLE PARA EMPRESAS LOCALES

Crear un paquete de publicidad responsable para negocios andaluces que deseen promocionarse con estrategias alineadas con la sostenibilidad y la ética.



- Ejemplo: Un restaurante ecológico paga por una campaña publicitaria enfocada en su compromiso con productos locales y sostenibles.
- Modelo de ingresos: Pago por campaña y gestión de medios.

7.4. ALIANZAS CON INSTITUCIONES Y AYUNTAMIENTOS

Colaborar con gobiernos locales, asociaciones y ONGs para desarrollar campañas de concienciación o promocionar programas sostenibles.

- Ejemplo: Campaña patrocinada por un ayuntamiento para promover el comercio local sostenible en una ciudad andaluza.
 - Modelo de ingresos: Financiación pública y subvenciones.
-

8. EVENTOS

8.1. PATROCINIOS ÉTICOS Y SOSTENIBLES

Buscar marcas y empresas que comparten los valores de Bravon y ofrecerles visibilidad en los eventos a cambio de financiación:

- Espacios de *branding* durante los encuentros.
- Menciones en redes sociales y materiales de difusión.
- Participación en mesas redondas o en paneles de expertos.

8.2. FORMACIONES Y TALLERES PAGADOS

Ofrecer *workshops* especializados en:

- Estrategias de marketing sostenible.
 - Digitalización y reducción de la huella de carbono.
 - Economía circular y comunicación responsable.
-

9. SOCIOS (CÓMO BUSCARLOS Y PERFIL IDEAL)

9.1. DEFINIR EL PERFIL DEL SOCIO IDEAL

- Empresas con compromiso ESG (*Environmental, Social, Governance*).
- Instituciones públicas y asociaciones que apoyen la sostenibilidad y la digitalización responsable.
- *Startups* y pymes innovadoras alineadas con valores de marketing ético.
- Inversores de impacto interesados en proyectos sostenibles.



9.2. CREAR UNA PROPUESTA DE VALOR CLARA

- Los socios deben ver beneficios claros al colaborar con la agencia (mejora de reputación, acceso a nuevos clientes y mercados, cumplimiento de regulaciones, diferenciación).
- Presentar un dossier con enfoque, casos de éxito y beneficios específicos.

9.3. IDENTIFICAR Y CONTACTAR A POSIBLES SOCIOS

- *Networking* en eventos sobre sostenibilidad, digitalización y marketing responsable.
- Alianzas con Cámaras de Comercio y asociaciones empresariales.
- Contactos directos vía LinkedIn y *email marketing*.
- Colaboraciones con universidades para proyectos conjuntos.
- Uso de prensa y medios locales para dar visibilidad a la misión.

9.4. OFRECER MODELOS DE COLABORACIÓN

- Patrocinios: Empresas que financien eventos o certificaciones a cambio de visibilidad.
- Intercambio de servicios: Ej.: consultoras ambientales a cambio de publicidad.
- Inversión y financiación: *Business angels* o fondos de impacto para el crecimiento.
- *Partners* estratégicos: Desarrollo de nuevos servicios conjuntos.

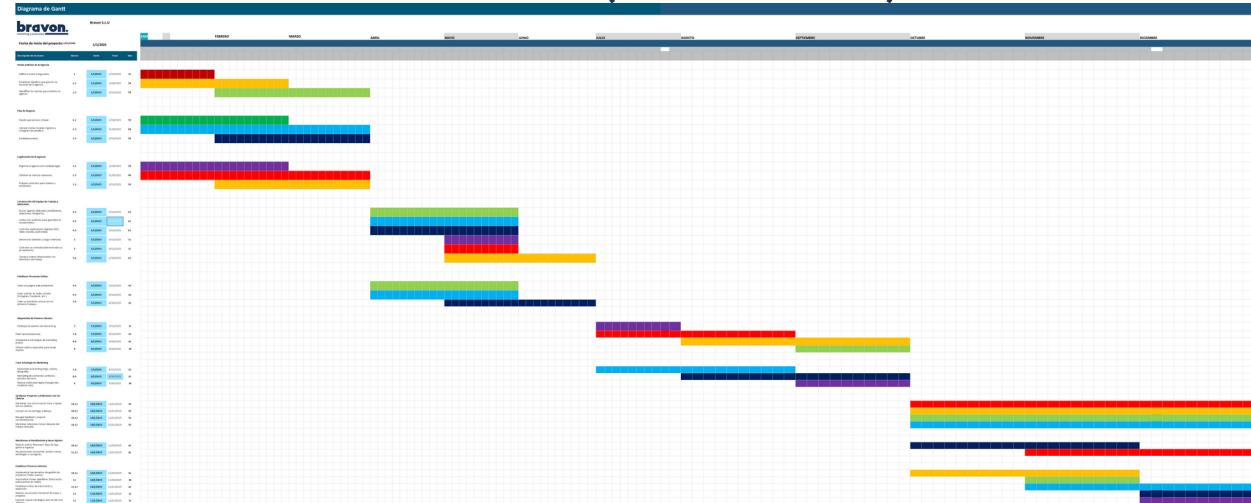
9.5. SEGUIMIENTO Y CIERRE DE ACUERDOS

- Presentaciones profesionales y propuestas personalizadas.
 - Negociación de términos claros (duración, inversión, beneficios).
 - Mantenimiento de la relación a largo plazo con reportes de impacto.
-

10. CROWDFUNDING

- Eventos y/o campañas asociadas a marcas o asociaciones reconocidas en Sevilla y Andalucía para reforzar credibilidad e impacto del proyecto.
-

11. ACCIONES A LLEVAR A CABO (CRONOGRAMA)



11.1. VISIÓN Y MISIÓN DE LA AGENCIA

- Definir la visión a largo plazo (Mes 1).
- Establecer objetivos (Mes 1-2).
- Identificar los valores que sustentan la agencia (Mes 2-3).

11.2. PLAN DE NEGOCIO

- Decidir servicios (Mes 1-2).
- Calcular costes, ingresos esperados y márgenes (Mes 1-3).
- Establecer precios (Mes 2-3).

11.3. LEGALIZACIÓN DE LA AGENCIA

- Registrar la agencia (Mes 1-2).
- Obtener licencias (Mes 1-3).
- Preparar contratos (Mes 2-3).

11.4. CONSTRUCCIÓN DEL EQUIPO Y MATERIALES

- Buscar agentes dedicados (diseñadores, redactores, fotógrafos) (Mes 4-5).
- Contar con auditores para garantizar cumplimiento (Mes 4-5).
- Contratar especialistas digitales (SEO, redes sociales) (Mes 4-5).
- Denominar gerentes y cargos (Mes 5).
- Contratar contador/administrador (Mes 5).
- Comprar activos (Mes 5-6).



11.5. PRESENCIA *ONLINE*

- Página web profesional (Mes 4-5).
- Cuentas en redes sociales (Mes 4-5).
- Portafolio *online* (Mes 5-6).

11.6. ADQUISICIÓN DE PRIMEROS CLIENTES

- Eventos de networking (Mes 7).
- Recomendaciones (Mes 7-8).
- Marketing propio (Mes 8-9).
- Ofertas especiales (Mes 9).

11.7. ESTRATEGIA DE MARKETING

- *Branding* (Mes 7-8).
- Marketing de contenidos (Mes 8-9).
- Publicidad digital (Mes 9).

11.8. GESTIÓN DE PROYECTOS Y RELACIONES

- Comunicación clara y rápida (Mes 10-12).
- Entregas a tiempo (Mes 10-12).
- Recoger *feedback* y mejorar (Mes 10-12).
- Mantener relaciones tras el trabajo (Mes 10-12).

11.9. MONITOREO DEL RENDIMIENTO

- Análisis financiero: flujo de caja, gastos, ingresos (Mes 10-11).
- Actualizaciones constantes: probar o corregir estrategias (Mes 11-12).

11.10. PROCESOS INTERNOS

- Implementar herramientas de gestión de proyectos (Trello, Asana) (Mes 10-11).
 - Automatizar tareas repetitivas (Mes 11).
 - Metas de crecimiento y expansión (Mes 11-12).
 - Revisión trimestral de metas (Mes 12).
 - Explorar nuevas estrategias (Mes 12).
-

12. MEDICIÓN DE IMPACTO

12.1. IMPACTO SOCIAL

- **Promoción de la igualdad de género (ODS 5 y 10)**

- Diseñar campañas que fomenten la diversidad y eliminen estereotipos, alineado con el Objetivo V.
- Según Global Entrepreneurship Monitor, el 38% de los proyectos en España están impulsados por mujeres.

- **Generación de empleo digno y crecimiento económico (ODS 8)**

- Certificar empresas que promuevan condiciones laborales justas (Objetivo II).
- Las pymes representan el 99% del tejido empresarial en España.

- **Reducción de desigualdades (ODS 10)**

- Facilitar acceso a certificaciones en sostenibilidad e igualdad para pymes y startups (Objetivo II).

- **Sensibilización y educación empresarial**

- Talleres de marketing sostenible, informes anuales sobre impacto (Objetivos IX y III).

12.2. IMPACTO AMBIENTAL

- **Reducción del greenwashing**

- Certificación que garantiza la autenticidad de las acciones sostenibles (Objetivos II y III).

- **Medición y reducción de la huella de carbono (ODS 12 y 7)**

- Uso de herramientas tecnológicas para medir impacto y proponer mejoras (Objetivos I y VI).

- **Promoción del consumo responsable (ODS 12)**

- Apoyo a marcas que producen de forma sostenible (Objetivo IV).

- **Apoyo a la transición hacia la descarbonización (ODS 7)**

- Evaluación del impacto ambiental tecnológico y soluciones para reducir emisiones (Objetivos VII y VIII).
-

13. ESTRUCTURA DE COSTES

- **ESPACIO DE OFICINA COWORKING (SPACES WORKS)**

- Ubicación: Pl. Villasis, 2, Casco Antiguo, 41003 Sevilla



- Acceso 24/7, wifi y servicios incluidos
- Precio: 209 €/mes por persona
- Cinco integrantes ($5 \times 209 \text{ €}/\text{mes} \times 12 \text{ meses}$): 12.540 €

• **ORDENADORES**

- Portátil HP 15-fd0109ns (i7-1355U, 16GB, 512GB SSD, 15,6", Win11)
- Precio unitario: 699 €
- Cinco integrantes ($5 \times 699 \text{ €} = 3.495 \text{ €}$)

• **TABLETA GRÁFICA**

- Wacom Intuos Pro Medium
- Precio: 289,90 €
- Dos unidades ($2 \times 289,90 \text{ €} = 579,80 \text{ €}$)

• **IMPRESORA**

- HP LaserJet Pro 4102fdw
- Precio: 345,90 € (una unidad)

• **DOMINIO Y HOSTING**

- Dominio: 12 €
- Hosting: 216 €

• **RECURSOS HUMANOS**

- Sueldo por empleado (bruto): 20.000 €
 - Cuota a la Seguridad Social por empleado: 5.720 €
 - Cinco integrantes ($25.720 \text{ €} \times 5 = 128.600 \text{ €}$)
-

14. ORGANIGRAMA



- **NOMBRE DE LA AGENCIA:** BRAVON S.L.U.
- **DEPARTAMENTOS Y EQUIPO:**
 - **Administración**
 - Integrantes: Elena Sánchez y José Manuel Gutiérrez
 - Gestión administrativa, financiera y RR.HH.
 - **Comunicación**
 - Integrante: David Montero
 - Estrategia y gestión de la comunicación, RR.PP., marketing, redes sociales y contenidos.
 - **Calidad y Auditoría**
 - Integrantes: Pablo Angulo y Paco López
 - Garantizar altos estándares de calidad; auditorías internas y externas.

15. SUBVENCIONES

- **Ayudas para la Mejora de la Competitividad y Digitalización del Sector Comercial y Artesano:** (Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo de Andalucía).
 - **Programas Públicos de Incentivos para la Transición Energética de Andalucía:** (Agencia Andaluza de la Energía).
(andaluciaemprende.es)
 - **Subvenciones para la Elaboración de Planes de Igualdad (Junta de Andalucía)**
Hasta 6.000 euros para empresas de 10 a 49 empleados.
 - **Hub Olympe Emprende**
Cooperativas de mujeres en Andalucía, Cataluña y Galicia.
(fiarebancaetica.coop)
-

BUSINESS MODEL CANVAS

The Business Model Canvas

		Diseñado para: GIRA Jóvenes XIII Edición	Diseñado por: Bravon. Marketing y Publicidad.	Fecha: Febrero de 2025	Versión: 1.0
Socios y Asociaciones clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con los clientes	Segmento del mercado y de clientes	
<ul style="list-style-type: none"> - Instituciones públicas (Junta de Andalucía, Ayuntamiento de Sevilla, etc.) y privadas (empresas con compromiso ESG). - Organizaciones y ONG (Greenpeace España, Fundación Biodiversidad, etc.). - Cámaras de Comercio y asociaciones empresariales. - Universidades y centros de formación (Universidad de Sevilla, EAE Business School, EOI). - Aceleradoras e inversores de impacto (ENISA, Hub Olympe Emprende, etc.). - Colaboradores estratégicos para la medición del impacto ambiental y la descarbonización (empresas de tecnología verde). - Red de partners para intercambios de servicios (consultoras ambientales, bancos éticos como Triodos, etc.). 	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de campañas de marketing y comunicación con enfoque en la sostenibilidad, la igualdad y la igualdad. - Consultorías propias que mejoran ISO 9001 y 14001. - Investigación de tendencias y prácticas de marketing sostenible. - Asesoría y consultoría a startups y pymes (RSC, igualdad, descarbonización). - Desarrollo de procesos para reducir la huella de carbono y la descarbonización. - Elaboración de informes y auditorías ambientales digitales para clientes. - Organizaciones y formaciones sobre marketing responsable. - Colaboraciones y proyectos con ayuntamientos e instituciones para impulsar el comercio local sostenible. 	<ul style="list-style-type: none"> - Campañas publicitarias y de marketing con alto compromiso ético y sostenible, evitando el greenwashing. - Certificaciones que garantizan altos estándares en sostenibilidad, igualdad e impacto positivo (complementan ISO 9001 y 14001). - Consultoría para la transición hacia la descarbonización y la igualdad, con evaluación del impacto ambiental tecnológico. - Planes y procesos para startups, pymes y grandes empresas que busquen reforzar su reputación alineada con los ODS. - Infraestructura y tecnología: <ul style="list-style-type: none"> - Espacio de coworking (SPACES en Sevilla). - Equipos informáticos (portátiles, tabletas gráficas) y software de gestión. - Sistemas de medición y auditoría ambiental. - Certificaciones internas que mejoran las normas ISO. - Herramientas de gestión de proyectos (Trello, Asana), plataformas de evaluación ambiental. - Metodologías propias de consultoría en RSC y sostenibilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pre-evaluación online del impacto ambiental tecnológico. - Asesoría personalizada y acompañamiento continuo (seguimiento en plataforma). - Talleres de formación y empoderamiento sostenibilidad y certificación. - Seguimiento post-campaña para medir ROI, impacto social y ambiental; retroalimentación continua. - Uso de una plataforma de gestión de proyectos que garantiza la transparencia y la colaboración en tiempo real. 	<ul style="list-style-type: none"> - Startups y pymes que buscan incorporar la sostenibilidad desde etapas tempranas. - Empresas consolidadas que necesitan redefinir o reforzar su estrategia de responsabilidad social. - Organizaciones y proyectos alineados con ODS 5, 7, 8, 10 y 12, interesados en campañas de alto impacto positivo. - Instituciones públicas y ONG que promueven la sostenibilidad e igualdad y requieren asesoría en marketing y difusión. - Negocios locales que desean comunicar valores de proximidad y consumo responsable. 	
Estructura de costes	Recursos clave	Canales de comunicación			
<ul style="list-style-type: none"> - Alquiler en coworking. - Compra de ordenadores. - Tabletas gráficas. - Impresora multifunción. - Gastos operativos (software, dominio, hosting, licencias, publicidad digital, etc.). - Sueldos del equipo, formación continua, desplazamientos (preferiblemente en transporte público). 	<ul style="list-style-type: none"> - Equipo humano especializado: <ul style="list-style-type: none"> - Departamento de Administración (Elena Sánchez y José María Gutiérrez). - Comunicación (David Montero). - Calidad y Auditoría (Pablo Angulo y Paco López). - Infraestructura y tecnología: <ul style="list-style-type: none"> - Espacio de coworking (SPACES en Sevilla). - Equipos informáticos (portátiles, tabletas gráficas) y software de gestión. - Sistemas de medición y auditoría ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> - Plataforma web corporativa con información y servicios de certificaciones. - Redes sociales y campañas digitales (Facebook, Instagram, LinkedIn). - Participación en ferias y eventos de sostenibilidad, marketing y emprendimiento. - Alianzas con instituciones académicas y organizaciones comprometidas con la igualdad. - Referencias de clientes satisfechos y reputación online positiva. - Puerta fría (contacto directo), utilizando transporte público para minimizar huella. 			
Impacto social	Fuentes de ingresos	Impacto ambiental			
<ul style="list-style-type: none"> - Alineación con ODS 5 (igualdad de género) y 8 (Trabajo decente) fomentando campañas que promueven políticas de igualdad y empleo digno. - Reducción de desigualdades (ODS 10) al facilitar certificaciones y asesoría a pymes y startups para que compitan en igualdad de condiciones. - Talleres de marketing sostenible e informes de impacto social (objetivos II, V, IX) para educar y sensibilizar al tejido empresarial. - Apoyo al emprendimiento femenino y cooperativismo (colaboración con programas como Hub Olympe Emprende). 	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios de creación de campañas de marketing sostenible (pago por proyecto). - Certificación y sellos de sostenibilidad, igualdad y descarbonización (tarifa de certificación). - Consultoría en RSC, igualdad, impacto ambiental (honorarios de asesoría). - Formación y talleres especializados (cursos presenciales u online). - Gestión de publicidad responsable para empresas locales. - Patrocinios e ingresos derivados de eventos (alianzas con marcas sostenibles). - Colaboraciones con ayuntamientos e instituciones (subvenciones y financiación pública). - Posible crowdfunding para proyectos específicos con marcas reconocidas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Certificación interna para evitar el greenwashing y garantizar transparencia en acciones sostenibles (ODS 12). - Medición y reducción de huella de carbono en campañas, promoviendo la energía limpia y la digitalización eficiente (ODS 7). - Transición hacia la descarbonización: uso de tecnologías verdes, energías renovables, disminución del consumo de papel (objetivos I, VI, VII, VIII). - Fomento del consumo responsable en la publicidad y en la conducta de los propios clientes (ODS 12). 			

<https://bravon.es>

Diseñado por Strategyzer AG
Los creadores de Business Model Generation y Strategyzer

This work is licensed under the Creative Commons Atribución-CompartirIgual 3.0 Unported License.
To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>.
or send a letter to Creative Commons, PO Box 1819, Mountain View, CA 94039, USA.