

# Madrid Futuro

The Perception of the City from Gen Z

El concepto que se presenta a continuación, incluidas sus ideas subyacentes, estructura, desarrollo y posibles adaptaciones, fue creado en el Storytelling Innovation Lab de IE University.

Cualquier uso, reproducción, adaptación o desarrollo posterior, total o parcial, de este concepto o de cualquiera de sus elementos requiere el acuerdo previo y la autorización expresa del Lab, que deberá solicitarse contactando con su Director.

Victor Gay Zaragoza - [vzaragoza@faculty.ie.edu](mailto:vzaragoza@faculty.ie.edu)

Concepto e ideación creada bajo el liderazgo de las estudiantes Fernanda Martínez Álvarez y Sofia Wiedemann Gonçalves.

Presentacion Adaptada por Fernanda Martínez Álvarez.

# DEFINICIÓN DE PROYECTO

## *PROJECT DEFINITION*

¿Cómo describirías la ciudad de Madrid a alguien que nunca ha estado aquí?

*How would you describe Madrid to someone who has never been here?*

# NUESTRA RESPUESTA

*(OUR ANSWER)*

Reinterpretar y revolucionar el concepto de **gato** madrileño.

*(By rethinking and revolutionizing the idea of the **gato** madrileño.)*

## PERO ANTES, UNA BREVE HISTORIA...

La leyenda del gato madrileño nace en el siglo XI, durante la Reconquista de Madrid.

Incapaces de superar las murallas, las tropas del rey Alfonso VI solo lograron avanzar cuando un joven las escaló “como un gato”, permitiendo un ataque sorpresa y la liberación de la ciudad.

Desde entonces, gato simboliza valentía, audacia y astucia. Con el tiempo, el término pasó a definir a quienes tienen raíces profundas en Madrid.

## BUT FIRST, A BRIEF STORY...

*The legend of the Madrid cat dates back to the 11th century.*

*When King Alfonso VI's troops failed to breach the walls, a young soldier climbed them "like a cat," enabling a surprise attack and the city's liberation.*

*Since then, cat has symbolized courage, audacity, and wit—later coming to define those deeply rooted in Madrid.*

Los mitos y las leyendas sólo siguen vivos cuando se actualizan a su tiempo.

*Myths and legends only remain alive when they are reinterpreted .*

**POR ELLO HEMOS DADO UN NUEVO SIGNIFICADO AL  
GATO MADRILEÑO**

*Porque en Madrid no solo se vive...*

**THAT IS WHY WE HAVE GIVEN A NEW MEANING TO THE GATO  
MADRILEÑO**

*Because in Madrid, you don't just live...*

EN MADRID, SE VIVE

y SE RE VIVE



Madrid  
**Futuro**

Donde  
están  
las **ideas**

IN MADRID, YOU LIVE

& YOU RE-LIVE



Madrid  
**Futuro**

Donde  
están  
las **ideas**

¿POR QUÉ ESTE NUEVO CONCEPTO DE GATO MADRILEÑO?

*WHY THIS NEW CONCEPT OF THE MADRILEÑO CAT?*

El nuevo concepto nace con la intención de evolucionar la creencia de que se debe tener linaje Madrileño para ser Gato Madrileño. En Madrid, tanto nacionales como extranjeros viven con un sentimiento de pertenencia e inclusión que rompe las barreras previamente establecidas en su herencia. El nuevo Gato Madrileño mantiene la tradición española, pero incluye a todas esas personas que, en Madrid, revivieron bajo las 7 vidas del gato que les ofrece la ciudad.

*The new concept was born with the intention of evolving from the belief that one must have Madrid lineage to be a Gato Madrileño. In Madrid, both nationals and foreigners live with a feeling of belonging and inclusion that breaks the barriers previously established by their heritage. The new Gato Madrileño maintains the Spanish tradition, but includes all those people who, in Madrid, came back to life under the 7 lives of the cat that the city offers them.*

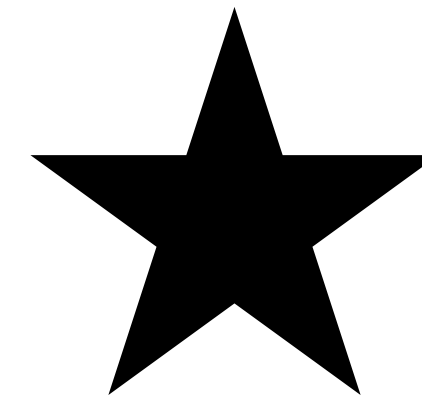
LAS 7 VIDAS DE UN GATO / LAS 7 ESTRELLAS DEL ESCUDO DE MADRID/ LAS 7 MANERAS QUE LA CIUDAD TE REVIVE



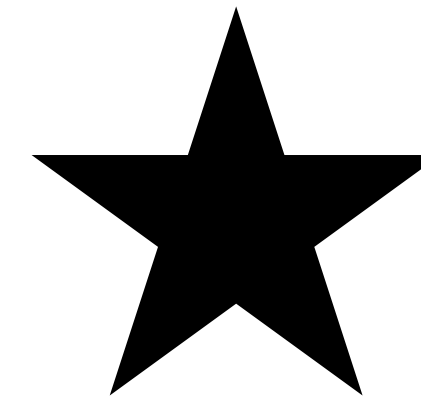
Traditional Heritage



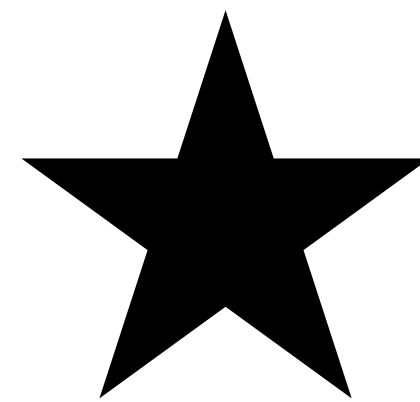
Contemporary Culture



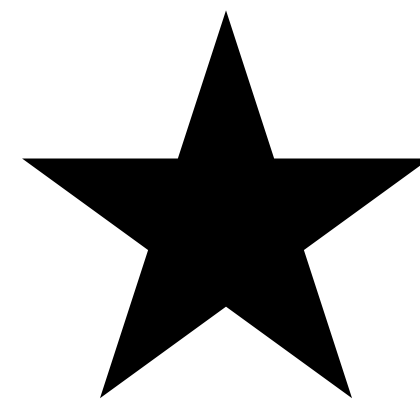
Diversity & Openness



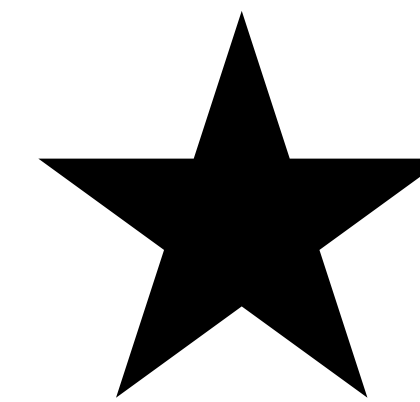
Socially Active Culture



Wellbeing & Active Lifestyle



Technology & Innovation



Gastronomy & Culinary Experience



**MADRID**

# EL NUEVO GATO MADRILEÑO

- Interlaza los conceptos de tradición y modernidad
- Vives todas tus vidas a la vez
- Sentimiento local e inclusivo
  
- *Blends the concepts of tradition and modernity*
- *You Live all your lives at once*
- *Local and welcoming feeling*

INICIOS DEL PROYECTO  
*BEGINNING OF THE PROJECT*



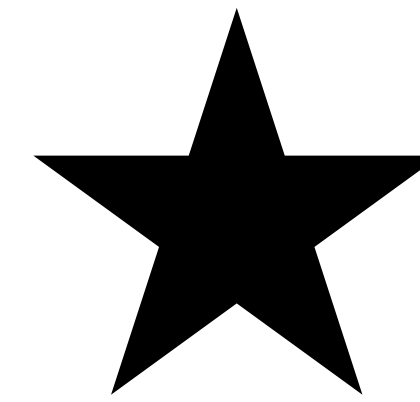
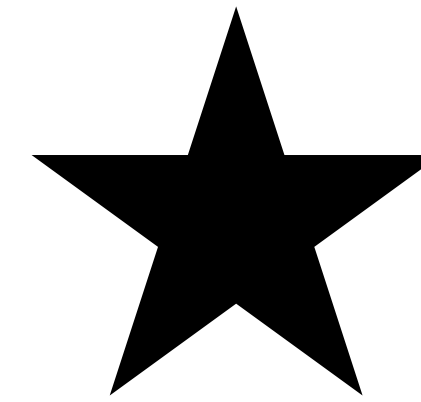
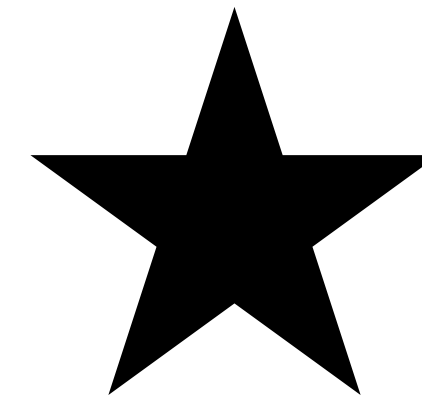
Al principio de este proyecto, para nosotros, Madrid lo era todo. La combinación perfecta de tradición e innovación, diseñada para acoger a todas las personas, sin importar su origen, personalidad o afinidad. Sin embargo, sabíamos que para crear un concepto único, debíamos acotar esta idea. Por eso, elegimos nuestros 7 pilares principales para la ciudad de Madrid. Los cuales se alinean con las 7 vidas de un gato.

*At the beginning of this project, for us, Madrid was everything. The perfect combination of tradition and innovation designed to welcome every person no matter their background, personality, or affinity. However, we knew that in order to create a unique concept, we had to narrow this idea down. Which is why we landed on our main 7 pillars for the city of Madrid. Which align perfectly with a cat's 7 lives.*

- Traditional **Heritage**
- Contemporary **Culture**
- Wellbeing &  
**Active Lifestyle**
- **Gastronomy &**  
**Culinary Experience**
- **Socially Active Culture**
- **Diversity & Openness**
- **Technology & Innovation**

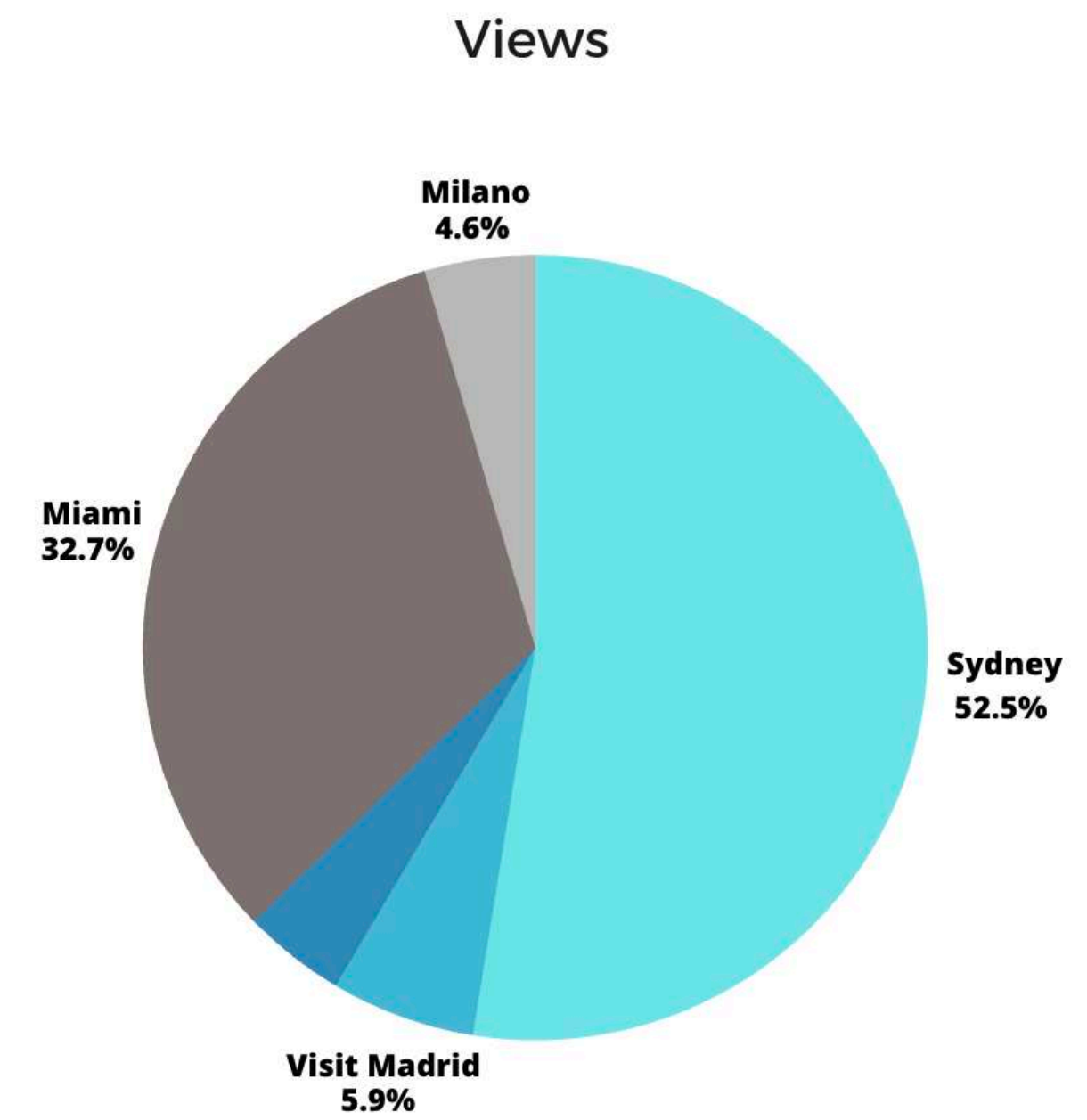
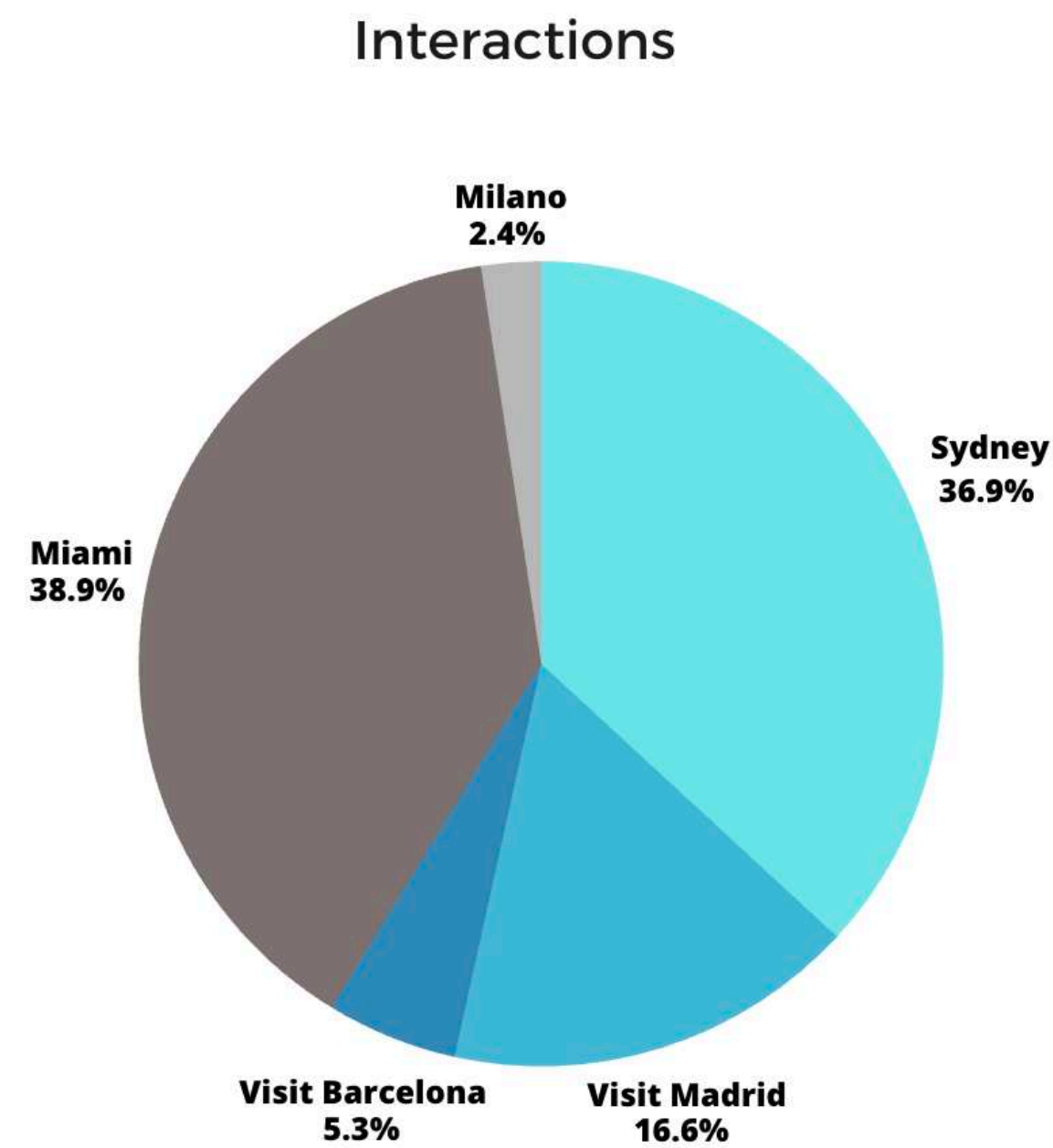
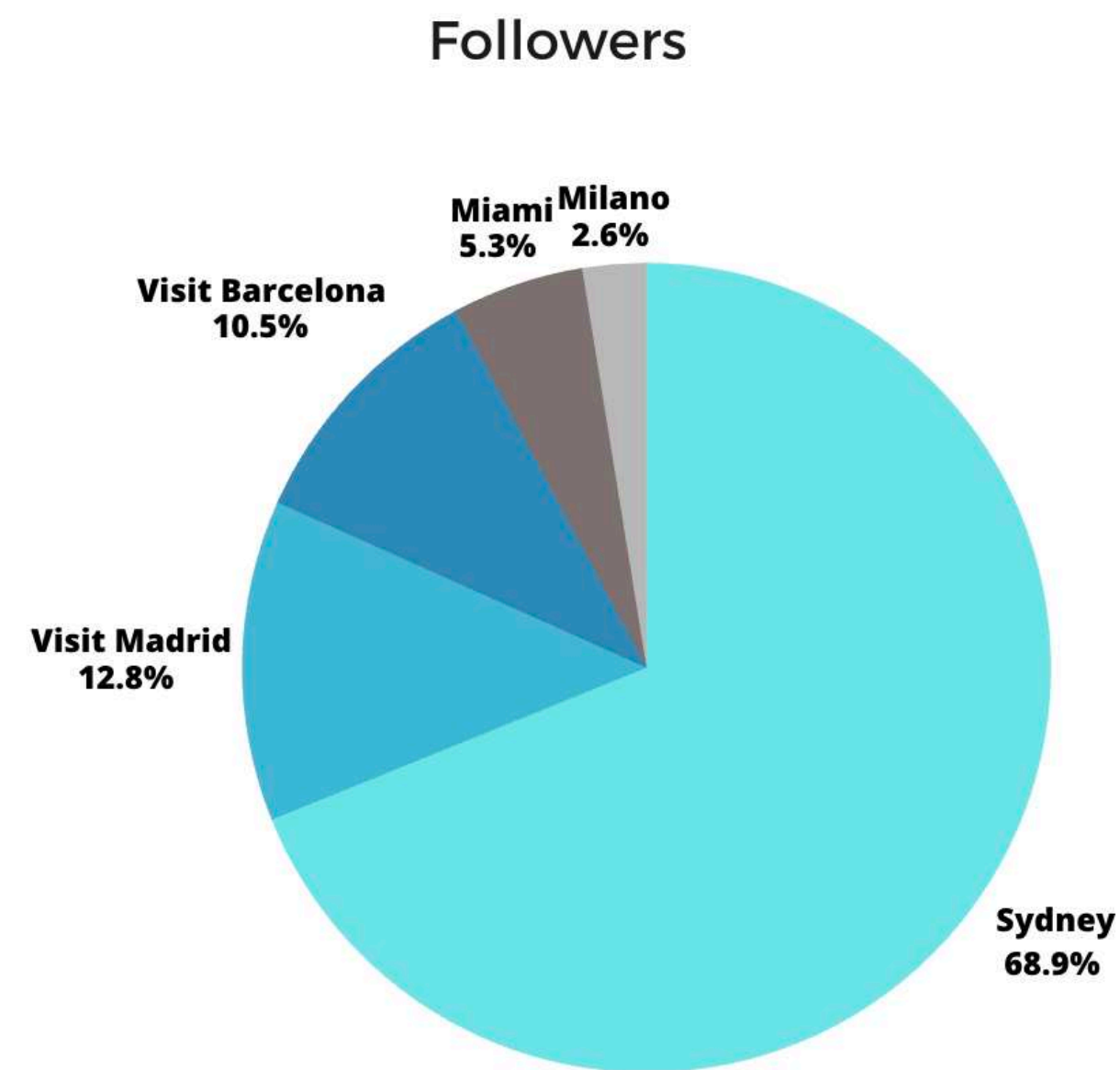


# LAS VIDAS DE UN GATO

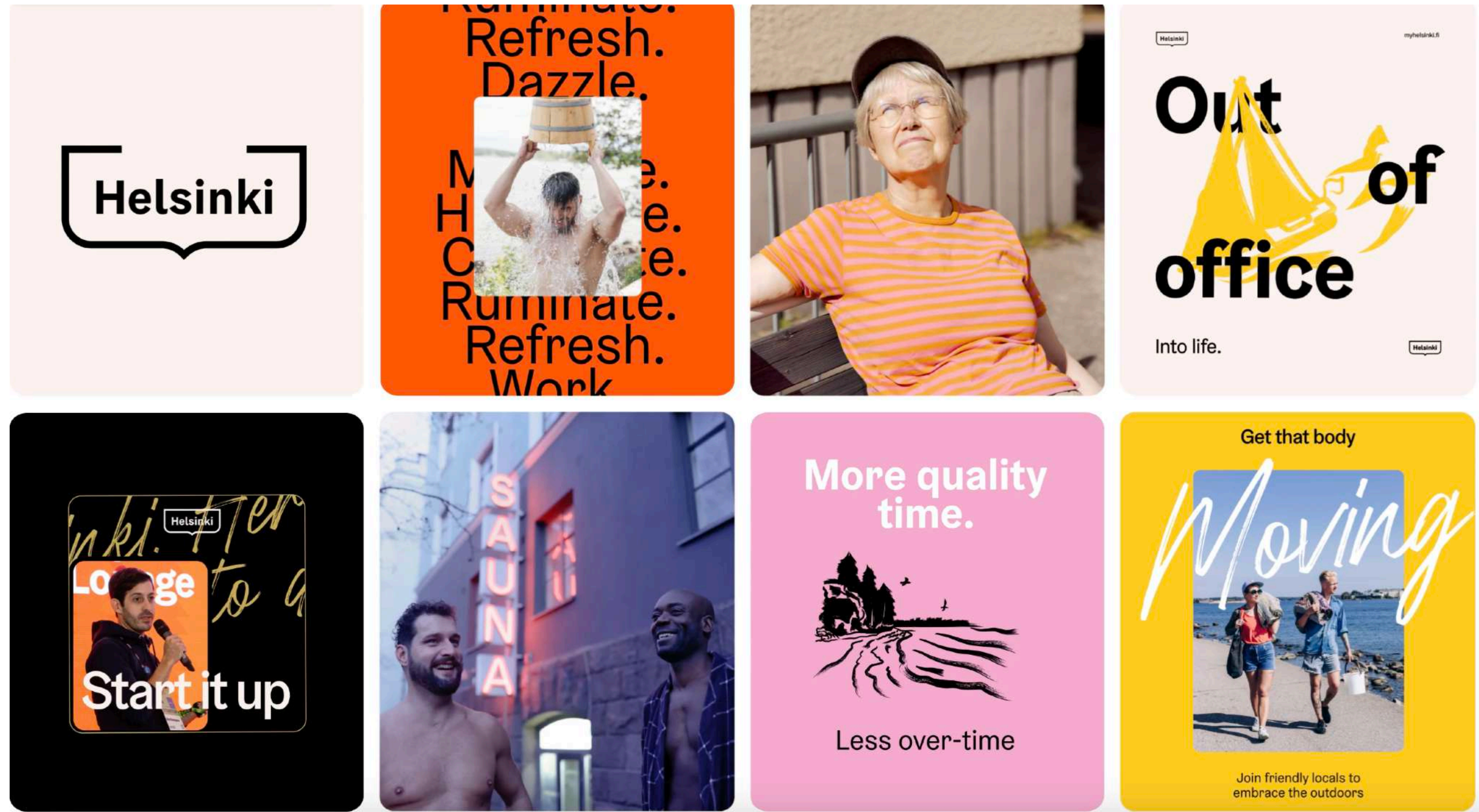


# ANALYZING OUR COMPETITORS

# Market Research

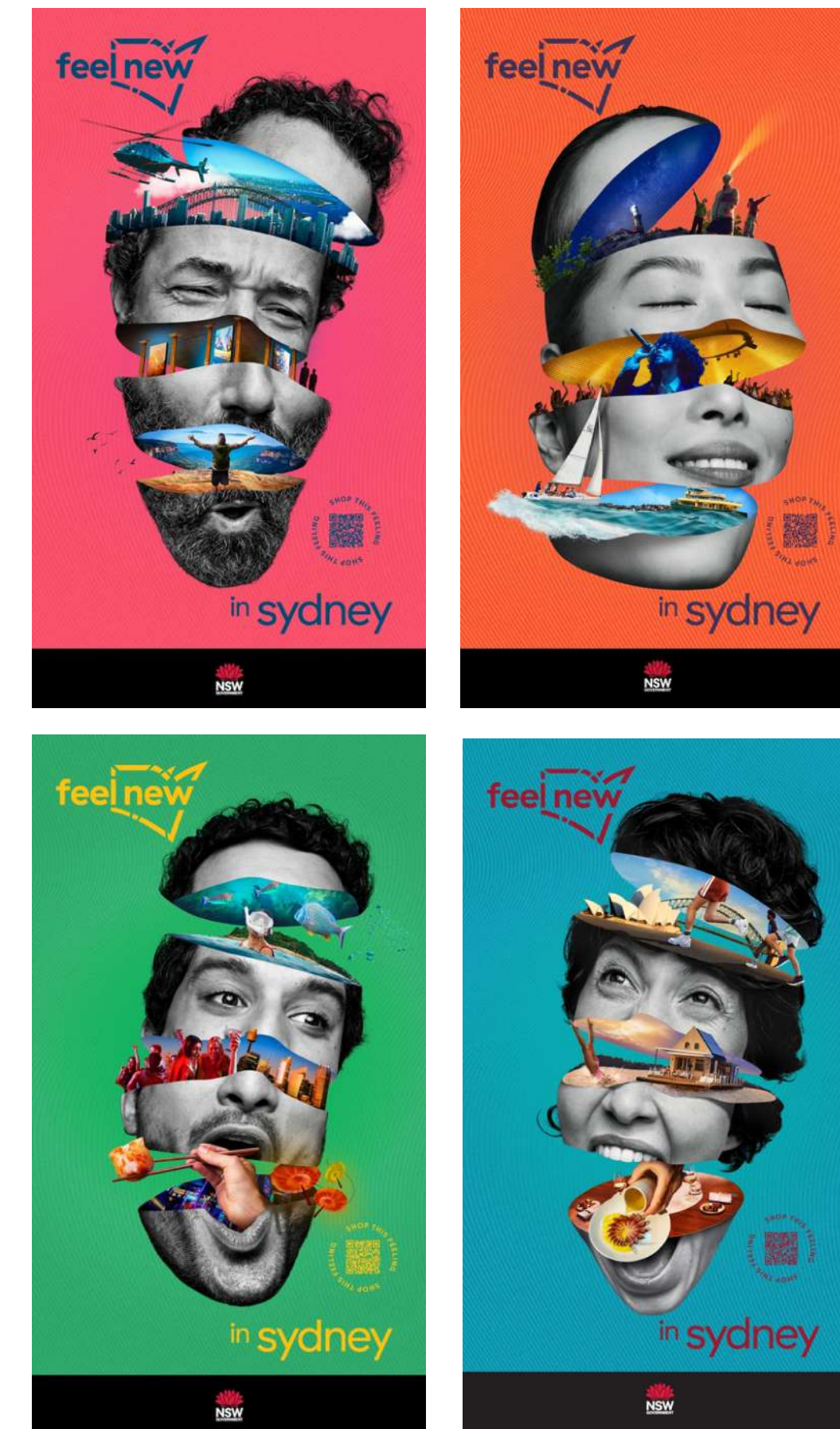


Sources: ICARUS Analytics



Helsinki - My Happy Place

Sydney- Feel New



# Market Research

Analizamos a dos competidores principales, Sídney y Helsinki. Al analizar sus estrategias, empezamos a observar patrones claros de personalidades de ciudad fuertes. Estas campañas resaltaron las individualidades de las ciudades y crearon narrativas sólidas y únicas con colores llamativos y frases impactantes sobre sus puntos de venta.

*We looked at two main competitors, Sydney and Helsinki. By analyzing what they were doing, we began noticing clear patterns of strong city personalities. These campaigns highlighted the cities' individualities and created strong, unique narratives using bold colors and statements from said selling points.*

¿DE AQUÍ, HACIA DÓNDE VAMOS?  
WHERE DO WE GO FROM HERE?

- Hay que capturar las emociones
- ¿Cuál es el atractivo único de Madrid?
- ¿Cómo creamos una narrativa con eso?

- *It's all about feeling*
- *What is Madrid's unique selling point?*
- *How do we create a narrative from here?*

NUESTRO CONCEPTO INICIAL  
*OUR INITIAL CONCEPT*

AQUÍ SE VIVE

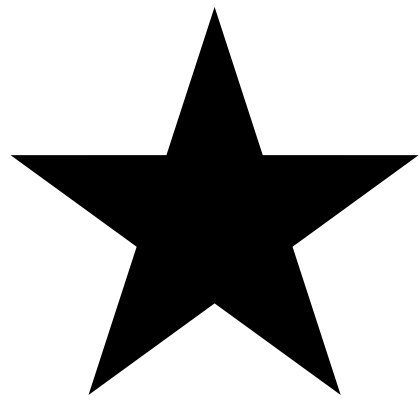
# AQUÍ SE VIVE

- Balance laboral y personal
- Sentimiento de Pueblo en una Gran Ciudad
- Sentirse vivo
  
- *Work life balance*
- *Village feeling in a Big City*
- *Feeling Alive*

# AQUÍ SE VIVE

....CÓMO?

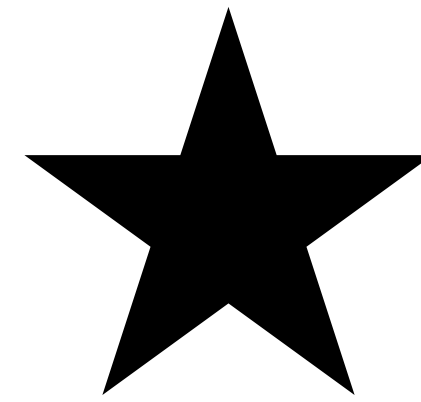
# LAS VIDAS DE UN GATO



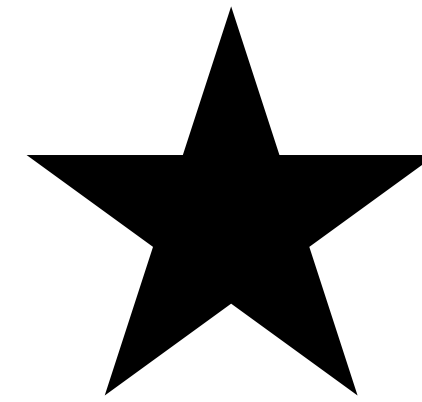
Traditional Heritage



Contemporary Culture



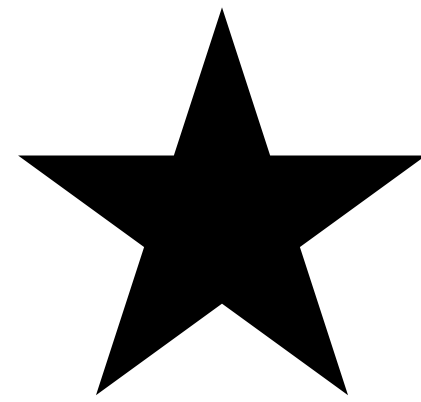
Diversity & Openness



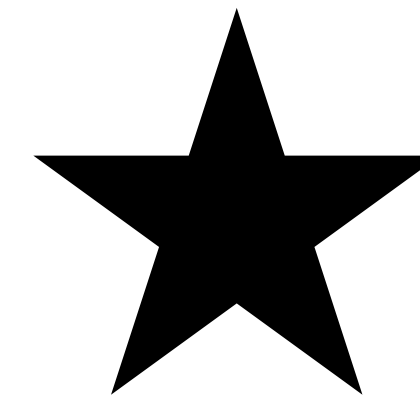
Socially Active Culture



Wellbeing & Active Lifestyle



Technology & Innovation



Gastronomy & Culinary Experience

# DEFINICIÓN DEL CONCEPTO

De aquí nace el concepto redefinido del Gato Madrileño. Se utiliza esta narrativa existente para contar una nueva historia, se contextualiza, evoluciona, y se transforma para transmitir el mensaje que en Madrid ya seas español o extranjero, vas a vivir tu vida como local sintiendo los 7 conceptos claves en tu día a día.

*From here, we redefine the concept of Gato Madrileño. By using this existing narrative to tell a new story, we contextualize, evolve and transform it to express that in Madrid whether you are Spanish or foreign, you will live like a local, feeling the 7 key concepts in your day to day life.*

NARRATIVA FINAL

*FINAL OUTPUTS*

¿Cómo describirías Madrid a alguien que nunca ha estado aquí?

*How would you describe Madrid to someone who has never been here?*

EN MADRID, SE VIVE

y SE RE VIVE



Madrid  
**Futuro**

Donde  
están  
las **ideas**

MADRID NOS REVIVIÓ  
y aquí  
APRENDEMOS A VIVIR  
de nuevo

# STORYTELLING INNOVATION LAB

## STORYTELLING INNOVATION LAB

Craft narratives to drive change in business,  
government, and education.

[DISCOVER MORE >](#)



ie

# LAB DIRECTOR



## Contacto

[vzaragoza@faculty.ie.edu](mailto:vzaragoza@faculty.ie.edu)

LinkedIn- <https://www.linkedin.com/in/victorgayzaragoza/>

Víctor Gay Zaragoza es profesor asociado en IE Business School, consultor en narrativas de marca y Data Storytelling y director del Storytelling Innovation Lab de IE University. Es fundador de The Yellowway y creador de dos metodologías de storytelling con las que más de 30,000 personas de empresas como Accenture, Danone o Telefónica han desarrollado sus narrativas estratégicas. En IE Business School imparte clases de “Storytelling”, “Data Storytelling” y “Story Selling” en los programas IMBA, EMBA, TdX, MIM, entre otros. Como director del “Storytelling Innovation Lab” de IE University, lidera un equipo de 50 consultores de entre 18 y 21 años que trabajan definiendo las narrativas y el storytelling del futuro con partners cómo TikTok, KPMG, Coty, Epsilon Technologies, entre otros. Su enfoque docente ha sido reconocido con el premio a la “formación y metodología más práctica” del Foro de RR. HH. de Foment del Treball (CEOE). Además, en el curso 2024–2025 recibió siete premios a la excelencia académica por sus cursos en IE University, que se suman a los 8 obtenidos en los dos años anteriores.

# TEAM LEADERS - Fernanda Martínez Álvarez



Fernanda Martínez Álvarez es estudiante con honores de segundo año del doble grado en Administración de Empresas y Diseño en IE University. Fue participante y líder del Storytelling Innovation Lab, en el que, junto a su equipo, desarrolló y diseñó una nueva narrativa para la ciudad de Madrid desde la perspectiva de la Gen Z, en colaboración con Madrid Futuro. Actualmente es Presidenta del Latino Club en IE, donde lidera un equipo enfocado en la inclusión, la representación y la expresión cultural dentro de la comunidad estudiantil. Es mentora de dos estudiantes a través del IE Mentorship Society, acompañándolos en su integración académica y profesional. Su proyecto final de Design Studio obtuvo los premios a Mejor Diseño y Mejor Producto, y se publicará en el Libro de Diseño de IE 2025. Esto la motiva a transformar ideas en propuestas con impacto real, integrando diseño, negocio y narrativa para generar valor social y estratégico.

## Contact

[fermartinez0312@gmail.com](mailto:fermartinez0312@gmail.com)

LinkedIn- [www.linkedin.com/in/fernanda-martínez-91b018358](https://www.linkedin.com/in/fernanda-martínez-91b018358)

# TEAM LEADERS - Sofia Wiedemann Gonçalves



Contacto

[sofiah999@gmail.com](mailto:sofiah999@gmail.com)

LinkedIn- [linkedin.com/in/sofia-wiedemann-goncalves-5a392927b](https://www.linkedin.com/in/sofia-wiedemann-goncalves-5a392927b)

Sofia Wiedemann Gonçalves estudia el doble grado en PPLE y Analysis de datos en la Universidad del IE, donde es parte del programa Foundation Fellows y beneficiara de la beca de excelencia. Recientemente lideró el desarrollo de una nueva narrativa de Madrid para la Generación Z con Madrid Futuro, un proyecto que combina su interés por la innovación y el impacto social. Como Vicepresidenta del club de Tecnología e Innovación de IE, trabaja en crear espacios donde la comunidad estudiantil pueda conectar con el ecosistema tech y empresas líderes del sector. También colabora con el IE Consulting Club como Special Projects Officer. Lo que realmente le motiva es explorar cómo la tecnología puede transformar campos tradicionales como el derecho, la política y los negocios, y cómo estas intersecciones pueden crear soluciones innovadoras.