

## **Aebrand crece un 40% en el número de Socios**

**Aebrand celebra su IX Asamblea General Ordinaria bajo la presidencia de Cristián Saracco. La Junta Directiva ha presentado los principales hitos del ejercicio anterior y han planteado los retos para 2020. Destaca la incorporación de nuevos Socios Corporativos, Profesionales y Partners**

La Asociación Española de Branding ha celebrado hoy la IX Asamblea General Ordinaria, cuando se cumple un año de la elección de Cristián Saracco como presidente de Aebrand.

La asamblea, celebrada en la sede de CEOE en Madrid, se inició con la intervención del presidente, que presentó el balance de este primer año de mandato y expuso las líneas de actuación que la Junta Directiva se había marcado al asumir el cargo en julio de 2018.

“Hace un año nos planteamos el reto de evolucionar hacia un modelo asociativo más abierto, participativo y enriquecedor, y apostamos por una estrategia de crecimiento centrada en tres ejes de actuación: apertura, capilaridad y sinergias. Como resultado del trabajo realizado por la Junta, hemos incorporado nuevos Socios -consultoras de branding y profesionales independientes-, ganado en alcance y representatividad, y establecido alianzas que contribuyen con los intereses del colectivo profesional del branding”.

Saracco destacó el crecimiento que ha experimentado la asociación en este último año. En cifras, el número de Socios ha crecido un 40%, lo que representa un incremento en los ingresos de también un 40%. “El balance que hacemos de esta etapa es positivo. El ritmo de crecimiento ha sido más lento que lo deseado, pero seguimos avanzando en la dirección correcta”.

Aebrand cuenta desde el pasado mes de enero con 14 nuevas incorporaciones, entre Socios y Partners -Apolo, Acute & Creative, Costa, Galikus Branding, Grávita, LLYC, The Bold, The Woork Co, Aggylon, Brandstocker y Padima-, y la previsión es cerrar 2019 con 10 nuevas altas de Socios Corporativos.

Entre las propuestas para 2020, resaltó la importancia de continuar trabajando para consolidar la práctica del branding como un elemento estratégico para la gestión empresarial. En este sentido, Cristián Saracco anticipó nuevas colaboraciones con las asociaciones empresariales y sectoriales más representativas por territorio e industria, para aproximar la práctica del branding a entornos de negocio.

Por otra parte, el presidente de Aebrand destacó la necesidad de defender y proteger los intereses profesionales del colectivo empresarial del branding y anunció la creación de una Comisión de Concursos. “La Junta Directiva de Aebrand se ha manifestado en reiteradas ocasiones contraria a la organización de concursos no remunerados”. Saracco apela a la colaboración con otras asociaciones para reclamar de los organismos competentes una regulación normativa de este tipo de estas prácticas.

Por último, el presidente de Aebrand destacó las líneas de actuación en las que la Junta trabajará el próximo año: crecimiento, sensibilización y excelencia. “Daremos continuidad a las iniciativas arrancadas en este primer mandato y seguiremos trabajando por la excelencia en branding”.

#AsambleaAebrand2019

<https://aebrand.org/aebrand-crece-un-40-en-el-numero-de-socios/>

**Datos de contacto:**

Bárbara Scandella

629315645

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>