



CASTELLÓN

# El 'branding', la vía más eficaz para competir en el mercado actual

Meetwork organiza una jornada en la que dos expertos en el ámbito de la publicidad analizarán las ventajas de contar con una estrategia de marca sólida

C.A.D. CASTELLÓN

En un mundo empresarial cada vez más competitivo, el *branding* no solo es uno de los elementos más importantes sino que se convierte en la esencia misma de una compañía. «La huella que dejamos en la mente de nuestros clientes es la clave para destacar y prosperar en el mercado actual», subrayan los expertos en el campo de la publicidad.

De acuerdo a esta relevancia que adquiere la marca y el *branding* en la estrategia empresarial, Meetwork ha organizado para la tarde del próximo jueves 21 de septiembre una nueva jornada, dirigida a los empresarios y emprendedores de la provincia de Castellón.

Dos ponentes expertos en el ámbito publicitario pondrán de relieve qué estrategias pueden usar las empresas para diferenciarse de su competencia en el mercado, así como cuál es la fórmula para construir marcas auténticas y memorables. De igual manera, también analizarán los ponentes en la tertulia, que tendrá lugar en el Café 56 de la Avenida del Rey el impacto de la sostenibilidad de la marca.

El director general de la agencia valenciana de Comunicación y Marke-



Una de las jornadas celebradas en el Café 56 de la avenida del Rey. C. A. D.

ting TEP, Nicolás Escobar, compartirá con los participantes estrategias, casos de éxito y consejos prácticos para destacar en el mercado actual. De igual forma, desde Castellón asistirá Silvana Castasús CEO de la firma Biocatss, cuya intervención versará sobre la importancia del marketing digital en el sector de la construcción.

Tras las intervenciones de los expertos tendrá lugar una ronda de preguntas en la que los asistentes tendrán la posibilidad de despejar todas sus dudas y, posteriormente, el evento finalizará con una cena en la que se podrá seguir conversando sobre el tema

En el competitivo mundo de los negocios, la diferenciación es clave para el éxito. En este sentido, el *branding* o la construcción de una identidad de marca sólida se ha convertido en un activo estratégico fundamental para las empresas de todos los tamaños.

«El *branding* va más allá de un simple logotipo o un eslogan atractivo, se trata de la percepción que los clientes tienen de una empresa», apuntan desde Meetwork, asegurando que el *branding* es la promesa que una marca ofrece a sus clientes y la experiencia que les brinda en cada interacción. El *branding* define quién es la

empresa y qué representa en el mercado.

LEALTAD DEL CLIENTE

Ajuicio de los expertos en el campo de la publicidad empresarial «una identidad de marca sólida no solo ayuda a destacar en un mercado saturado, sino que también fomenta la lealtad del cliente ya que los consumidores tienden a elegir marcas en las que confían y con las que se sienten identificados».

De esta manera, el *branding* bien ejecutado crea esa conexión emocional con los clientes y construye una relación a largo plazo. Además de la fidelización del cliente, el *branding* puede influir en la percepción de calidad y valor de una empresa, pues una marca bien posicionada puede justificar precios más altos y atraer a un público dispuesto a pagar por esa calidad percibida.

Precisar también que en un mundo cada vez más digital como el que vivimos, el *branding* se extiende también a las plataformas en línea, donde la consistencia de la marca es crucial. «Las redes sociales, el contenido digital y la interacción en línea son componentes esenciales de la estrategia de *branding* moderna».

## Campo y comercio avalan la supresión del Impuesto de Donaciones

CASTELLÓN

La Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-Asaja) valoró el viernes de manera «muy positiva» la iniciativa del nuevo gobierno valenciano dirigida a suprimir el Impuesto de Sucesiones y Donaciones. Así se lo trasladaron el presidente de AVA-Asaja, Cristóbal Aguado, y el resto de miembros del comité ejecutivo al *president* de la Generalitat, Carlos Mazón, y al *conseller* de Agricultura, José Luis Aguirre.

«Creemos que es beneficiosa para el conjunto de la sociedad, y sobre todo en el campo donde hay una falta de relevo generacional y urgen medidas dentro de la Ley de Estructuras que favorezcan la incorporación de jóvenes y la concentración de pequeñas parcelas en explotaciones más competitivas», manifestó Aguado.

Por su parte, el presidente de **Confcomerc**, Rafael Torres, consideró que la supresión «alivia las cargas tributarias, dota de mayor capacidad de gasto a los contribuyentes y ayuda a la continuidad del negocio». «Supone un beneficio fiscal, en un escenario en el que las familias necesitan eliminar cargas económicas», aseveró.