

NOTA DE PRENSA

MARKETING Y CULTURA, UN BUEN MIX PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Las instituciones, con ánimo de lucro o sin él, son ya conscientes de la importancia de la responsabilidad social corporativa en sus modelos de gestión, y están integrando voluntariamente sus preocupaciones sociales, culturales y medioambientales en sus operaciones y en sus relaciones con sus grupos de interés. En este sentido, el marketing cultural se convierte en un buen instrumento de apoyo.

En este contexto nace **Dicendi**. Una **agencia de marketing**, especializada en consultoría y gestión de **proyectos culturales** en los ámbitos de la *educación*, el *arte*, el *ocio* y el *turismo*; dentro del marco del **desarrollo sostenible**.

Siempre pendiente de las últimas tendencias, Dicendi enriquece los proyectos de sus clientes gracias a los conocimientos técnicos y a la experiencia multidisciplinar de sus miembros y colaboradores. Cuida especialmente la fase de planificación de cada uno de sus proyectos, porque entiende que *decisión* y *acción* deben ir siempre precedidas de un **análisis de la situación** y de un **buen conocimiento del público objetivo**, para reducir la incertidumbre en la toma de decisiones.

La consultoría estratégica, las herramientas de comunicación y marketing, el diseño y la gestión de proyectos culturales, y el **desarrollo y la producción de contenidos** exigen un **diálogo**, sincero y fluido. De este modo, Dicendi hace propios los objetivos de sus clientes, afrontando cada proyecto con la **diligencia** debida desde las perspectivas del *tiempo*, del *coste* y de la *calidad*.

Sus servicios se dirigen a organizaciones públicas o privadas, con o sin ánimo de lucro, que necesiten soluciones de marketing y de gestión de proyectos, dentro de los ámbitos de la educación, el arte, el ocio y el turismo cultural.

Madrid, 18 de febrero de 2009