

## Medialuna cumple trece primaveras

La compañía, especializada en Relaciones Públicas, celebra este aniversario con confianza en el futuro a pesar del contexto. Y es que Mercedes Pescador, directora general de la agencia, cree que el sector de la Comunicación es estratégico 'para lograr la recuperación del ánimo en el país'. Desde su perspectiva, 'las empresas tienen una responsabilidad en materia de Comunicación. Y las que no comuniquen, dejarán de existir'.



**Medialuna** fue inscrita legalmente en el registro mercantil de Madrid el 13 de mayo del año 2000, y ha desarrollado hasta la fecha más de 200 campañas de Relaciones Públicas para compañías y organizaciones de todos los sectores, tanto en España como en otras partes del mundo. 'Quería una marca independiente, libre de madres o padres, comunitaria, con la que cualquier profesional pudiera identificarse. Medialuna lo tenía todo para mí. Era un nombre femenino, luminoso, creativo, lleno de sueños, capaz de brillar en medio de la oscuridad, relacionado con el trabajo de la comunicación, con las tareas de la gestión profesional de medios', señala **Mercedes Pescador**.



### Las 'Claves de la fidelidad'

La directora de **Medialuna** también asegura que las empresas necesitan 'mensajes, ideas y argumentos que convengan, generen negocio y estimulen el crecimiento'. Por ello, y con motivo de este cumpleaños, Medialuna prepara la campaña de comunicación 'Claves de la fidelidad', que se dará a conocer el próximo 14 de mayo. En ella se recogen los testimonios de destacados empresarios y directivos del país, que dan las claves para conseguir la fidelidad en las empresas. 'Con esta campaña pretendemos ofrecer un valor añadido al tejido empresarial español, sobre todo porque la mayoría de los argumentos expresados en ella son aplicables a cualquier compañía, con independencia de su tamaño y especialidad', afirma **Mercedes Pescador**.

Entre estas claves de la fidelidad destacan la confianza en el equipo, la empatía con el cliente, la capacidad para sorprender, la flexibilidad para adaptarse a cada circunstancia, la creatividad, la creencia en las ideas y en los sueños, la pasión por el trabajo o el conocimiento del sector para el que se desempeña el servicio, así como la orientación a los objetivos de cada cliente, para que las ideas o actividades repercutan positivamente en sus ventas.

<http://www.prnoticias.com/index.php/comunicacion/26/20121364-medialuna-cumple-trece-primaveras>