

MUJERES CON PODER MERCEDES PESCADOR DIRECTORA DE LA EDITORIAL LOQUENOEXISTE

«No solo publicamos libros, abrimos temas de debate»

En el 2007 se planteó combinar su pasión por la comunicación con la de la literatura y comenzó a dirigir al mismo tiempo su agencia y una editorial. Por si enfrentarse al mundo del papel en plena transformación digital no era reto suficiente, apostó por títulos especializados y de temas no mayoritarios. Desde su nacimiento han sacado ya un total de 16 obras

L. Míguez

Nació en Santander en un lugar desde donde se oía la bahía hace 48 años y por ello está enamorada del mar. Allí esparcieron las cenizas de su padre y allí regresa cada vez que puede. Mercedes Pescador, responsable de la editorial Loquenoexiste, se aferra a sus raíces para afrontar su futuro.

—Un proyecto editorial diferente que tiene un nombre original.

—El nombre surge de la idea de buscar obras inéditas, historias nunca escritas y la editorial nació en el 2007. El primero fue *Sordo y qué*, y contaba como vivían los sordos el silencio. Va ya por la tercera edición y llamó mucho la atención de que hablaran como protagonistas. Yo entonces ya había montado la agencia Medialuna Comunicación en el 2000, pero me apasionaban los libros y quería unir las dos facetas. Cada libro es una campaña de comunicación gracias a esa unión. El último que hemos sacado, *Mujer, poder y dinero*, lo teníamos que publicar para el 8 de marzo y ofrecerlo como algo diferente, una crítica a nosotras mismas, porque parece que nos falta autoestima. La autoridad nadie te la da, la coges tu misma.

—Proyectos especiales y pocos.

—Lanzamos pocos porque cada uno es una joya. Buscamos temas de los que se hable poco. No solo publicamos libros, abrimos cuestiones de debate. Cuando sacamos el libro de hiperactividad infantil pusimos sobre la mesa el tema y logramos reunir expertos, gente que lo hablara en primera perso-



Mercedes Pescador tiene tres hijos, la más pequeña de 4 años

na... Es uno de los más vendidos y se convirtió en toda una guía. No solo es el libro, hicimos mucha promoción, debates, reuniones de expertos, organizamos un congreso. Se trata de poner de relieve algo de lo que se habla muy poco. Con *Aprende chino ya* ofrecimos hacer negocios de forma rápida con la opción de chino y español. Encontramos a la pareja perfecta para ello.

En total hemos sacado 16 títulos.

—Todos ellos distribuidos en tres secciones: talento femenino, salud y libros de autor.

—En la de talento femenino hemos lanzado cinco títulos. Empezamos a hablar de empoderamiento cuando esa palabra casi ni existía y ahora se hacen ponencias sobre el tema. Dentro de salud hay otro destacable que fue el de juntar

famosos celíacos para que colaboraran, como la actriz María Valverde o la condesa de Romanones. Es una obra para ayudar a comer bien y detectarlo. Cuando la presentamos, se enteró el ministro de Sanidad y quiso presentarlo. El título fue una excusa para debatir sobre el tema, es un producto de comunicación en sí mismo.

—¿Cómo es la relación con los autores?

—Los autores se sienten muy respaldados porque nos volcamos con cada proyecto. Ellos tienen su dosis de notoriedad, como les corresponde. Hoy es difícil editar, las tiradas han bajado mucho, pero sigue siendo un elemento de orgullo. Tener un sello, y además respaldado por una agencia de comunicación, hace que tenga más poder.

—¿Cómo seleccionan las obras?

—Trabajamos mucho dentro del ámbito de la empresa. Es difícil escribir un buen libro, que enganche y tenga estilo. Todo el mundo pueden contar una buena historia pero esto es diferente. Buscamos la excelencia y descartamos ejemplares tras leer 20 páginas. Queremos algo interesante, que aunque no trate temas mayoritarios o universales sean importante.

—¿Qué acogida tienen?

—Me siento agradecida y sorprendida. Cada vez que publicamos se abre una nueva temática de debate. Hay mucha actividad y cuando haces un esfuerzo así es importante notar que llega. Eso sí, tenemos que concienciarlos de que comprar un libro es una gran opción. La crisis nos ha hecho daño y la pírra sería también.

«En digital existe el error de creer que todo tiene que ser gratis y no puede ser»

«Lo importante del techo de cristal es no verlo y, si lo tocas, romperlo. Hay que creer en uno mismo y no tener miedo. Todos tenemos nuestros miedos, pero no te pueden impedir brillar. Hay que preguntarse: ¿quién eres tú para no brillar?». Así de animosa se muestra Mercedes Pescador, con un espíritu motivacional propio de quien trata con escritores y les acompaña en su carrera hacia el éxito. «Creo que a veces la clave es que tenemos miedo de nosotros mismos y nos tenemos que dar permiso para conseguirlo», explica convencida la responsable de la editorial.

—¿Qué facturación tienen?

—Acabamos de empezar y vamos poco a poco. Entre las dos firmas, la de comunicación y la editorial tuvimos en el 2014 una facturación de más de 560.000 euros.

—¿Cuál es la tirada media?

—Tenemos una media de 2.000 ejemplares, lo cual está muy bien. Ahora incluso se hacen de 500 o mil. Nos hemos ido adaptando, aunque cuando arrancamos incluso hacíamos de 4.000. Las librerías cierran y el negocio está complicado. La entrada del *ebook* bajó los precios, pero aún no es un mercado maduro. Además, en digital existe el error de creer que todo tiene que ser gratis y no puede ser.

—¿Cómo es la distribución?

—Tenemos ocho distribuidores en diferentes zonas de España. Sobrevivimos a la muerte de Fírex, un distribuidor grande que quebró y del que dependían muchas editoriales. Tras el movimiento de fichas en el sector sobrevivirán los mejores. En digital también estamos aunque no sabes muy bien cómo moverte. El territorio no está acotado y maduro y hay mucha falta de criterio. La venta en digital va creciendo, estamos en Amazon y otras plataformas y eso te abre la posibilidad de llegar a todo el mundo. Pero aún estamos en los inicios del sector. Eso ha cuadrado con la caída de la venta física. Y claro, de momento, no se vende suficiente en plataformas digitales, aunque la tendencia es que crezca.

—¿Con qué equipo cuenta?

—Entre Medialuna y la editorial tenemos un equipo de una docena de personas. Me implicó mucho en cada decisión, en cada página, me gusta sacar al mercado un objeto de valor, no ser una fábrica de churros.

EL DETALLE

ESPACIO PROPIO ENTRE CINCO HERMANAS

En su casa había que «aprender a sobrevivir» rápido, según asegura entre risas. Eran cinco hermanas, una familia de las que ahora no es habitual ver, y había que pelear para conseguir tener un espacio propio. Tal vez ello esté vinculado a que en su casa tampoco andan faltos de bullicio. Sus tres hijos se encargan de animar sus días: dos mayores, de 20 y 16 años, y una niña de 4. «Es muy dulce, sonríe siempre y me encanta ver como despierta, peinarla por la mañana, disfrutar con ella... para mi esos momentos son los mejores», explica Mercedes, que se declara amante de la comida gallega y de la literatura desde que era niña. «El cuento de *El patito feo* me llenó la infancia de tristeza, aunque me gustó mucho y es uno de mis favoritos». También asegura ser una apasionada de los viajes y entre sus últimos destinos figura Los Ángeles, un lugar en el que disfrutó de la confianza de los americanos y su autoestima a nivel empresarial, además de su positivismo.



«El cuento de *‘El patito feo’* me llenó la infancia de tristeza aunque me gustó mucho y es uno de mis favoritos»