

Mercedes Pescador (Medialuna): 'El último euro de una empresa tendría que ser para Comunicación'

Así de claro lo tiene la directora general de Medialuna, que en una entrevista a prnoticias, con motivo del décimo tercer aniversario de la agencia, ha contado hacia dónde se dirige su estrategia, cómo afronta el futuro de la Comunicación y cómo han sido estos años al frente de una compañía con un negocio que ya ha traspasado fronteras.

'Trabajar duro, dar un buen servicio y tratar muy bien a los clientes y empleados'. Son las claves que Medialuna ha utilizado para seguir en tan buena forma desde hace 13 años, según indica **Mercedes Pescador**. 'Han sido trece años llenos de proyectos, en los que hemos conocido a personas muy inteligentes y con mucha creatividad. Además, para mí ha supuesto un crecimiento como persona, porque gestionar un equipo y mantener la ilusión a lo largo de los años no ha sido nada fácil', añade la directiva.

Hace trece años, **Mercedes Pescador** se embarcó en esta aventura para 'construir, desarrollar proyectos, para ser libre con el objetivo de poder crear'. Desde la experiencia que le han dado todos estos años al frente de Medialuna, la directiva aconseja a los que están comenzando que trabajen bien, que sigan adelante y no tiren la toalla, 'porque la palabra crisis no significa fracaso, sino cambio, por lo que hay que tener una actitud positiva ante las ideas'.



Medialuna cuenta con un claro posicionamiento en España, 'no tenemos ningún proyecto de irnos a Brasil, ni a la India, ni a ningún otro lugar, porque hacer eso conlleva mucho tiempo. Yo quiero estar aquí con mi gente, con mi equipo, aunque bien es cierto que trabajamos para clientes y empresas que están en otras partes del mundo, como es el caso de Arabia Saudí. En este sentido no tenemos limitaciones, aunque somos una empresa española y afincada en España, por lo que tenemos la capacidad de crear proyectos internacionales', indica **Pescador**.

La directora general de Medialuna también hace una reflexión sobre qué posición debería tener la Comunicación en las empresas: 'el último euro que debería gastarse una compañía, incluso antes de cerrar si tuviera que hacerlo, debería ser para Comunicación, porque ésta es vital para todo: para funcionar, para vender, etc. Si no comunicas, no eres nada'.

Vídeo YouTube: <http://www.youtube.com/watch?v=U7OG40mwSZA>

<http://www.prnoticias.com/index.php/comunicacion/531-entrevistas-prcomunicacion/20122090-mercedes-pescador-medialuna-el-ultimo-euro-de-una-empresa-tendria-que-ser-para-comunicacion>