

# 25 años de Agencia SIM

---

*Licenciada en Gestión Comercial y Marketing, fue una de las cinco personas que ayudaron al lanzamiento de Nextel Engineering donde se desarrolló como de directora de marketing hasta que decidió embarcarse en la aventura de crear la Agencia SIM.*

---



Carolina Lázaro (Directora Agencia SIM)

## **¿Que te llevó a crear tu propio negocio? ¿Y por qué una agencia de comunicación?**

Mientras terminaba la carrera en Madrid comencé a trabajar en el departamento de marketing de una compañía recién lanzada, perteneciente al sector de IT. A los pocos meses me nombraron directora del departamento. Fueron unos años muy interesantes, en los que aprendí muchísimo y lo pasé muy bien. Viví la creación, lanzamiento y crecimiento de la empresa. Pasados unos años me pareció interesante aprender de otros mercados y de otras necesidades, siempre vinculada al marketing y la comunicación, así que realicé un estudio de mercado para analizar la viabilidad de abrir una agencia de servicios globales de marketing y comunicación en mi tierra, La Rioja, a la cual siempre había querido regresar. El resultado de dicho estudio fue positivo y por ese motivo decidí emprender esta aventura de abrir mi propia agencia en La Rioja.

## **¿Qué es lo que más destacarías del papel de las agencias de comunicación?**

La posición de las agencias de comunicación no es sencilla. Somos una figura situada entre el cliente y el medio o entre el cliente y el proveedor y lo que tratamos es de buscar la mejor solución para las necesidades de los clientes, ser una extensión de su organización, formar con ellos equipo y servirles de herramienta para conseguir sus objetivos. Lo más divertido y complicado de una agencia es que siempre tiene que estar en evolución, aprendiendo y actualizándose con las nuevas herramientas y tendencias.

## ***¿Te encontraste con muchas trabas al iniciar tu camino como mujer emprendedora?***

Es cierto que me he movido, sobre todo al inicio de mi carrera en un mundo de hombres, donde reconozco que también he tenido mi hueco y cuando me he encontrado con algo que no me ha gustado he mirado para otro lado y he seguido a lo mío, hacia adelante, pero poco a poco he coincidido, cada vez con más mujeres que además me han servido de inspiración por su profesionalidad y capacidad de trabajo. Lo cierto es que prefiero dejar que sea mi trabajo el que hable por mí en lugar de luchar para reivindicar respeto. He tenido la suerte de que se me ha tenido en cuenta y se me ha permitido hacer.

## ***¿Qué ha supuesto para ti la Agencia SIM?***

Agencia SIM en tiempo para mí ha supuesto media vida personal y el 90% de mi vida laboral. En aprendizaje, me ha enseñado a esperar y ser paciente, a liderar a un equipo, a sobrevivir y luchar cuando las cosas se ponen complicadas...a entender que hay que saber elegir las batallas que quieres perder, que no hay nadie imprescindible y a que algunas veces hay que dar un paso atrás para tomar impulso.

## ***¿Cuáles crees que han sido las claves para lograr estos 25 años?***

Esfuerzo, lucha, trabajo y más trabajo y sobretodo constancia. Pero lo más importante, la clave es el equipo, un equipo alineado con el objetivo que trabaja empujando todos a una.

## ***En el desarrollo empresarial ¿Crees que la tecnología ha jugado un papel clave? ¿Crees que estarías donde estás ahora si no hubieses sabido adaptarte a las nuevas tecnologías?***

En los últimos años las empresas nos hemos visto obligadas a dejar nuestras oficinas y trasladarnos a convertir nuestras casas en el lugar de trabajo. Esta situación ha sido posible gracias a la tecnología, hace unos pocos años hubiera sido impensable. Ha sido gratificante ver que en Agencia SIM desde el mismo día que dejamos la oficina hemos seguido trabajando en equipo, de manera eficiente y productiva.

En mi opinión, las empresas que mejor han podido sobrevivir han sido aquellas cuya adaptación al mundo digital estaba ya avanzada y han podido contar con las herramientas que por un lado les han permitido continuar con su negocio, y por otro le han abierto otros posibles mercados no vinculados al espacio ni al tiempo. La transformación digital ha jugado un importante papel en las compañías en este momento al permitirnos reaccionar de una manera más eficiente y rápida.

## ***Nos encontramos actualmente en plena revolución tanto en el mundo de la comunicación como en el de las tecnologías ¿hacia dónde crees que van a evolucionar ambos fenómenos?***

Desde nuestros inicios en Agencia SIM hace 25 años, nos hemos adaptado a los cambios del mercado y del marketing, incorporando nuevas herramientas tecnológicas, con el objetivo de conseguir los mejores resultados para nuestros clientes. Hemos pasado del Marketing 1.0 centrado en el producto; al 2.0 centrado en el cliente; al 3.0 centrado en la fidelización a través de los valores del consumidor y al 4.0 en el momento actual, donde para fidelizar al consumidor el marketing se vuelve más humano, transparente y coherente.

Desde Agencia SIM hemos apostado por los servicios de marketing digital, incluyéndolos dentro de nuestro porfolio porque por varios motivos, el primero porque nos permite mantener un diálogo con el cliente, hemos pasado de una comunicación en un solo sentido empresa-consumidor, a otra bidireccional, en la que entabla un diálogo entre las marcas y el consumidor; otro factor que valoramos es que en digital casi todo es medible, sabemos a quién se impacta y cuál es el camino que recorre hasta la compra; digital nos permite la captación de leads y fidelización del usuario y al ser mucho más dirigidas, permiten segmentar más y focalizarnos en nuestro público, optimizando mucho más la inversión, esta optimización permite que no solo las grandes empresas puedan cuestionarse este tipo de acciones. Tecnologías como Big Data, Inteligencia Artificial o herramientas tecnológicas como Dashboards ayudan a los equipos de marketing digital a realizar sus tareas de análisis de datos. Todas estas herramientas digitales aún tienen que evolucionar mucho y poco a poco iremos dando soluciones con ellas a las necesidades del mercado.

Bajo mi punto de vista, la tendencia actual es elaborar planes de marketing y comunicación globales, capaces de alcanzar los distintos puntos donde se encuentra el público objetivo de cada organización. Unificar bajo un mismo plan el online con el offline e ir incorporando nuevas herramientas y tendencias que vayan apareciendo en estos campos y que permitan no solo captar nuevos clientes si no establecer una relación duradera con ellos que permita fidelizarlos.

## ***Y tú, a nivel tanto personal como profesional ¿Cómo te ves dentro de otros 25 años?***

Espero que sana y disfrutando de la vida y de mi familia y amigos y que la Agencia siga adelante, liderada por profesionales que continúen haciendo crecer el negocio.

## ***¿Cuáles son las próximas metas para la agencia? ¿25 años más? ¿Una expansión?***

Siempre he querido que Agencia SIM sea una empresa de referencia en el sector IT y en el mercado en general por la calidad profesional y humana de su equipo. Ser una empresa respetada.

Otra cosa que también me gustaría es que mi equipo esté orgulloso de pertenecer a la agencia. Los “chicos y chicas SIM” que han pasado por ella han dejado su huella y han hecho que seamos lo que somos.

25 años más es una buena meta. 25 años más disfrutando, creando y creciendo.

Sobre la expansión, a nivel de servicio es algo que hemos hecho desde los inicios, incorporando nuevas herramientas a nuestros servicios y creciendo a la vez que lo hace la demanda y las necesidades de nuestros clientes.

[Ir al artículo en:](#) ***Bhalia***

25  
AGENCIA!M