

Tecnología, sustantivo femenino singular

Ellas suman, por Andrea Gil Ferrer

Carolina, que además de CEO de SIM es entrenadora y juez de gimnasia rítmica, le gusta pre-sumir de riojana, que la cuiden y sentirse queri-da. Es luchadora, positiva y se considera afortunada por poder trabajar en lo que le gusta, por contar con un equipo que la apoya en cada decisión y con una familia comprensiva con sus ausencias. Está viendo Paquita Salas y leyendo Buzali, de su paisana Natalia Gómez. No le gustan las personas tacañas, las desagradecidas ni las soberbias. Una cita que le inspira es esta de Bertolt Brecht: "Hay hombres que luchan un día y son buenos. Hay otros que luchan un año y son mejores. Hay quienes luchan muchos años, y son muy buenos. Pero los hay que luchan toda la vida: esos son los imprescindibles."



Carolina Lázaro, Directora de Agencia SIM

¿Sigue Madrid siendo el gran foro de comunicación?

Sí. SIM nació en La Rioja en 1.997 como una compañía de marketing y comunicación muy ligada al sector de la tecnología. El entorno local aún no estaba tan profesionalizado como en Madrid, ni tenía presupuesto de Marketing. En Madrid estaban las grandes empresas multinacionales del área, y ello me llevó a trasladar allí nuestra oficina, aunque tanto entonces como ahora seguimos prestando servicio a empresas a nivel local, nacional e internacional.

¿Cómo ves el futuro?

La tendencia es a 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 que vayan apareciendo en estos campos, y que permitan no solo captar nuevos clientes sino fidelizarlos.

¿Cómo rompéis con los estereotipos de que el mundo IT no es para chicas?

Las universidades técnicas están realizando un gran esfuerzo elaborando planes por la igualdad, las tecnologías ofrecen herramientas como el teletrabajo o el horario flexible, que facilitan la conciliación. Grandes empresas como HP, Fujitsu, IBM, Google, cuentan con mujeres en los puestos clave de su organización y todo esto está ayudando a que las nuevas generaciones femeninas tengan una entrada más sencilla al sector. Yo nunca pensé en trabajar en tecnología, pero unos meses antes de terminar la carrera se me presentó la oportunidad de incorporarme en el lanzamiento de una nueva compañía de servicios de IT y durante 17 años trabajé, me divertí y la vi crecer desde 5 a 350 empleados, momento en que decidí abandonar mi cargo de directora de marketing para centrar todo mi esfuerzo en el desarrollo de SIM. En el 94 el sector estaba vinculado al sexo masculino, aunque las barreras empezaban a ceder. No me planteé que era la única mujer en el comité de dirección, solo era uno más entre mis compañeros, pero es cierto que, en las reuniones, que eran en tonos azul marino y gris, yo ponía la nota de color. Gracias a Dios, todo esto pasó a la historia.

Más en www.ellassuman.com

el
publicista

SIM
comunicación • RRPP • marketing