

María Teresa Valerio
Autora
@mariatvalerio



NURIA

VILANOVA



“Es preocupante que solo el 30% de las mujeres se están formando en carreras de Ciencias, Tecnología, Ingeniería y Matemática”

La presidenta del Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (CEAPI), Núria Vilanova, es una abanderada del desarrollo de la mujer en todos los aspectos, especialmente el laboral. Una emprendedora que fundó su empresa de comunicación desde muy joven, rompiendo todos los paradigmas en la juventud de su época.

Hoy, es la presidenta de [Atrevia](#) y una de las 100 mujeres españolas más influyentes en el mundo empresarial. Se mantiene rodeada de hombres, pero nunca a la sombra de alguno.

Desde la fundación de su importante consultora de comunicación, Vilanova ha visto crecer el número de mujeres que ocupan posiciones importantes en el mundo de la comunicación, siendo un 80% en España. Pese a ello, destaca que el salario percibido por ellas no llega a los 100 mil euros anuales, a diferencia de ellos que siendo un 20% del total, perciben más.

Sobre ello, la experta en comunicación ha confirmado en esta entrevista a Soy Caribe Premium, que con la pandemia se ha notado la falta de participación femenina en las áreas más punteras de la tecnología más demandadas.

“El mundo está cambiando, vamos a un mundo más tecnológico y tenemos que tener en cuenta la falta de chicas en las facultades de las carreras STEM, (Science, Technology, Engineering y Mathematics)”, ha asegurado la presidenta de Atrevia.

Llamó la atención a las universidades a incentivar desde las aulas las matrículas femeninas en esas áreas ya que de eso depende que la mujer mantenga su avance y esté preparada para enfrentar los retos de la sociedad del futuro. Asimismo aseguró que los profesores deben cuidar y mantener motivadas a las chicas, porque no son mayoría y se pueden sentir excluidas.

HISTORIA DE ATREVIA

Atrevia fue fundada en el año 1988 por Nuria Vilanova bajo el nombre de Inforpress y desarrollando su labor exclusivamente en España. En el año 1999, Inforpress abre su primera sede internacional en Lisboa. Tan solo un año más tarde, Inforpress crea un departamento especializado en e-comunicación fruto del auge de Internet.

En el año 2003 funda junto al Instituto de Empresa y la revista Capital Humano el primer Observatorio de Comunicación Interna. En el año 2009 se expande a Latinoamérica siendo Brasil el primer destino para más tarde establecerse en Colombia y Perú de la mano de importantes compañías como Coca-Cola o Mineros.

En el año 2015 Inforpress decidió comenzar una nueva etapa, reafirmando su compromiso con sus clientes, su equipo profesional y el sector, bajo el nombre de Atrevia. En palabras de la dirección de la compañía, Atrevia encontró en el cambio de nombre una oportunidad para ofrecer mayor valor a sus clientes a través de una red sólida y un equipo consolidado de profesionales. Recientemente Atrevia ha ganado cuentas de gran prestigio para todos sus ámbitos. La compañía se impuso en el concurso organizado por el Ministerio de Exteriores para gestionar su comunicación online. Asimismo también ha ganado la cuenta creativa del Metro de Madrid y del Hipódromo de la Zarzuela en Madrid.

EL BUEN HACER DE ATREVIA

La consultora insistió en que la igualdad no favorece a nadie, por lo que en Atrevia, mantiene una discriminación positiva a favor de los hombres. “Porque sabemos que las áreas de Comunicación la mayoría son mujeres, por lo tanto, la diversidad también se tiene que reflejar en que haya un mayor número de hombres”.

Una empresa en la que impera la importancia del talento, sin distinción de sexo, e incluso, llevan más allá la diversidad, fomentando la inclusión cada vez a más jóvenes, que pueden aportar nuevos conocimientos y puntos de vista mucho más actuales. Además, aboga por la participación de personas de otros países, con lo cual no solo fomenta la diversidad, sino que se convierten en una empresa más fuerte y completa en cuanto a conocimientos de todos los públicos.

Atrevia cuenta con oficinas en República Dominicana, Portugal, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, México, Perú, Puerto Rico, Bruselas y Washington D.C., entre otros asociados, con lo cual presta servicios a todos sus clientes alrededor del mundo.

Definida como una compañía de comunicación activista, en Atrevia, que analiza continuamente el mercado laboral con el objetivo de ayudar a que el mundo sea mejor y también sea mejor, el lugar de las mujeres en los consejos de administración.

EMPREDIMIENTO FEMENINO

La ruptura de la estructura empresarial tras la COVID en el 2020 trajo consigo grandes cambios en todos los sectores económicos. Las empresas se han tenido que reinventar, romper con las estructuras de negocios a pequeña y gran escala.

Esta situación ha dejado en desventaja a muchas mujeres del ámbito profesional, que ahora tienen que lidiar con teletrabajo, niños en casa y desempleo, cargando consigo los valores inculcados de ama de casa. Por esto, Vilanova hizo un llamado a las mujeres profesionales diciendo que “es importante que la mujer emprenda nuevos proyectos, de acuerdo a sus valores y cultura laboral. Porque cuando se emprende, el techo lo pones ella misma”.

La fundadora y presidenta de Atrevia se descubrió como una enamorada de República Dominicana, especialmente de Santo Domingo. Asegura que Quisqueya es la isla caribeña que más ha visitado, y ha tenido la oportunidad de conocer no solo sus playas, sino sus bosques y montañas internas. Vilanova también ha visitado Cuba y Puerto Rico.

En el ámbito del conocimiento, Vilanova ha impulsado varias plataformas de investigación: es fundadora y co-presidenta del Foro del Buen Gobierno y Accionariado, creado en colaboración con la escuela de negocios IESE; y fundadora del Observatorio de Comunicación Interna, con el IE Business School. Impulsora del estudio anual “Mujeres en Consejos de Administración”.

Ha escrito los libros “La esencia de la empresa familiar. Valores y comunicación”, “Actúa contra la crisis” y “Micropoderes, comunicación interna para empresas con futuro”, y como co-autora con Iñaki Ortega de “Generación Z. Todo lo que necesita saber sobre los jóvenes que han dejado viejos a los millennials”.