

RESOLUCIONES DEL XV CONGRESO IBEROAMERICANO DE MUJERES DE EMPRESA

“LA PYME EN EL MERCADO GLOBAL”

La globalización es una consecuencia del incremento de las nuevas tecnologías que permiten un mayor desarrollo económico.

Las pymes deben ofrecer productos y servicios competitivos utilizando técnicas de calidad, tecnología e innovación y diseño. Es muy importante también tener en cuenta el capital humano y saber valorar el talento directivo, técnico, comercial, operativo, innovador y emprendedor de las personas que forman parte de las pymes.

Al existir una mayor competitividad en el mercado global, la pyme debe acceder a las redes que tenga a su alcance.

En la internacionalización es muy importante la mentalidad del empresario/a, hay que saber incorporar el “saber hacer” de otros al “saber hacer” de la propia empresa. Las sinergias entre pymes permiten el acceso a mercados exteriores.

La internacionalización requiere:

- mayor utilización de las nuevas tecnologías
- mayor gasto en investigación y desarrollo
- mejorar la formación de los trabajadores
- mayor calidad de los productos
- mayor capacidad para asumir riesgos

Los gobiernos deben poner en marcha todas las políticas necesarias para corregir las debilidades que impidan a las pymes su internacionalización.

Uno de los mayores retos es conseguir que los beneficios de la globalización lleguen a todos los ámbitos económicos.

“INTERNACIONALIZACIÓN DE LA PYME”

La pyme debe buscar nuevas oportunidades, mejorando su competitividad para poder asumir retos como es el de acceder al mercado asiático.

Los gobiernos deben fomentar y apoyar el reto exportador con diferentes medidas:

- potenciar el contacto entre los estados
- desarrollar la actividad ferial
- promocionar la imagen externa de las pymes de sus países
- facilitar la formación y el asesoramiento en técnicas de comercio exterior

“COOPERACIÓN IBEROAMERICANA”

La cooperación entre pymes españolas y pymes de América Latina está basada en dos pilares fundamentales:

- América Latina sigue siendo una zona prioritaria para la cooperación española debido a un compromiso que tiene raíces históricas muy fuertes.
- Por la fuerte presencia de Organizaciones No Gubernamentales de desarrollo en América Latina.

Los principios que deben orientar las actuaciones en el ámbito de la cooperación son:

- la transversalidad en la lucha contra la pobreza
- la creciente concentración geográfica y sectorial, acometiendo acciones hacia grupos excluidos
- las relaciones de asociación con los países en desarrollo.

Se trata de reforzar las actividades empresariales que implican un compromiso con determinados valores sociales y humanos que nunca han sido ajenos a la empresa.

“MARKETING”

El marketing relacional es imprescindible para implantar una marca, producto o servicio en el momento de la internacionalización.

El marketing es, por tanto, una de las técnicas más importante en la gestión de una empresa, que debe estar encaminada a:

- orientar a los consumidores y al cliente
- adquirir un compromiso con los trabajadores
- adquirir un compromiso con los inversores y la sociedad en general

“RELACIONES COMERCIALES A TRAVÉS DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS”

Los cambios y avances de la sociedad de la información han tenido un efecto positivo sobre las relaciones comerciales.

El uso de instrumentos como internet y el comercio electrónico supone una oportunidad para mejorar la competitividad de las empresas. Este uso debe estar integrado en la estrategia empresarial.

Ventajas de las nuevas tecnologías:

- ahorro de tiempo y de dinero
- mayor facilidad para realizar intercambios comerciales entre empresas de diferentes países

Es fundamental el apoyo de instituciones como las Cámaras de Comercio y las Organizaciones Empresariales. Asimismo, las Administraciones Públicas son relevantes para fomentar el uso de las relaciones comerciales tanto entre las pymes como entre los consumidores finales.

“EL PAPEL DE LA EMPRESA EN LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES”

Para conseguir una conciliación real es necesario conseguir una igualdad en el ámbito laboral.

Las medidas para conseguir una igualdad de oportunidades deben estar encaminadas a:

- obtener una flexibilidad horaria y espacial en las empresas
- trabajar por resultados
- semana laboral comprimida
- semana laboral reducida
- cómputo anual horario
- bancos del tiempo libre
- teletrabajo, despachos satélite, videoconferencia
- reconocimiento social a las empresas flexibles
- cambio de mentalidad social

Madrid, 22 de octubre de 2004