

# ¿Cómo pueden beneficiar las redes empresariales a las empresarias?

Hoja de Recomendaciones

Las estructuras que facilitan esta estrategia de presencia y visibilización de las empresas y de las empresarias se engloban en dos tipos: organizaciones empresariales y redes empresariales.

Las **organizaciones empresariales** tienen la finalidad de defender los intereses de las personas empleadoras en una economía de mercado libre. Se constituyen en un grupo de presión que puede alterar el funcionamiento del mercado al aglutinar los intereses de una mayoría agrupada y controlar una parte importante de las estructuras del mercado y del consumo. La presencia de las mujeres en estas organizaciones es prácticamente anecdótica con el resultado para las mismas de una menor influencia y representación en las negociaciones y acuerdos que éstas obtienen de los gobiernos.

Las **redes empresariales** son agrupaciones sociales que tienen como objetivo promover los intereses y actividades de las entidades que la conforman, compartir experiencias, aprender unas de otras y hacer negocios de manera conjunta. Representan una gran oportunidad de desarrollo profesional, de ganar experiencia a través de terceras personas o estructuras, de captar nueva clientela y de generar negocios.

Los beneficios de participar en las redes empresariales son:

-  **Relacionarse con titulares de otras empresas.** Permite conocer personas que influyen en sus organizaciones (personas que toman decisiones con autoridad para seleccionar o recomendar nuevas empresas proveedoras y socios/as comerciales).
-  **Detectar oportunidades de mercado.**
-  **Obtener información de los eventos comerciales, gubernamentales y sociales.** Es común que las asociaciones organizadas en red y los gobiernos tengan una estrecha relación. Esto conlleva contar con información de última mano sobre cursos, promociones, aperturas de nuevos negocios, conferencias y eventos que permiten tener la información actualizada.
-  **Conseguir un escaparate para sus productos.** Presentación sobre los productos y/o servicios que ofrece la empresa y distribución de publicidad, cartas de presentación, promociones, etc.



A diferencia de las organizaciones empresariales, las redes suelen tener intereses comunes más cercanos y directamente relacionados con su actividad empresarial.