

1. OBJETIVO DEL PROYECTO

La competitividad creciente y los cambios vertiginosos, hacen que las empresas deban valorar, cuidar y mimar sus mercados. Ahora es el cliente el que anuncia su necesidad y a partir de ahí se define un producto y se fabrica. La empresa que se estudia, por ser de servicios debe hacer el papel de intermediario entre la necesidad del cliente y el productor y satisfacer al cliente en todo cuanto le sea posible.

Esta orientación empresarial reconoce que el éxito de una empresa es sostenible si se organiza para satisfacer las necesidades actuales y futuras de los consumidores o usuarios de forma más eficaz que sus competidores. La puesta en práctica de esta idea se traducirá en un sistemático proceso de planificación.

La planificación es un ejercicio de análisis y reflexión en el que intervienen múltiples factores, no sólo económicos, sino también de índole social, político, ambiental, etc., es un ejercicio totalmente necesario en las empresas para que en momentos de tanta incertidumbre y cambio como los actuales, no se conviertan *en barcos a la deriva*.

El proceso de planificación, aunque conceptualmente es igual para todas las empresas, dependerá en cada caso de la dimensión y estructura, no siendo igual para una multinacional con más de media docena de divisiones y cada una de ellas con más de 15.000 empleados que para una empresa de sólo 50.



El **objetivo** que se pretende alcanzar con este proyecto es:

- **Estudiar los posibles puntos comunes, y emprender una serie de acciones conjuntas a tres negocios distintos y gestionados por una familia, obteniendo una serie de beneficios, que a veces serán los mismos en los tres negocios y otras no, pero que sí deben llevarlos a una mayor solidez como empresa y a ocupar una posición más afianzada dentro del mercado.**
- **Utilizar el enfoque e-business para el desarrollo de unos planes que actúen sobre sus puntos débiles atacándolos o reduciéndolos y permita aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado.**

Este objetivo se quieren llevar a cabo aplicando la tecnología y las ventajas que ella permite. Por ello de forma paralela se hace:

- Estudio introductorio del B2B como posible solución de negocio entre empresas. Los cambios que ha supuesto en la cadena de valor la aparición de Internet y los modelos de negocio.
- Análisis de ventajas e inconvenientes de la integración de los tres negocios en el B2B.

