

RESUMEN

El desarrollo del presente trabajo, constituye la creación de un Sistema de comercialización y ventas, dinámico y eficiente para la empresa PROINCO INMOBILIARIA, que repercuta en el crecimiento estratégico y planificado de la organización.

El capítulo I nos brinda una panorámica general de los temas a desarrollarse, contemplando un marco analítico que nos permite trabajar sobre bases académicas sólidas y técnicas para poder cumplir con el objetivo planteado.

El capítulo II es un reconocimiento más profundo de la organización, en donde se conocen aspectos relevantes que serán de vital importancia para la elaboración de estrategias.

Se analiza cada aspecto del macro y micro entorno en el capítulo III, para determinar los puntos fuertes y débiles que inciden en la organización, con el propósito de establecer una dinámica que permita potencializar las fortalezas y convertir las debilidades en oportunidades.

La investigación de mercados nos determina las factibilidades del mercado y nos brinda directrices del negocio en el capítulo IV, en donde ratificamos el segmento y el giro del negocio con grandes perspectivas de crecimiento.

En el capítulo V se plantea el sistema de comercialización, proponiendo estrategias de crecimiento tanto de producto como geográficamente. Se evidencia la necesidad de la creación de un equipo comercial y con éste sus políticas y procedimientos. Determinando en el capítulo VI la factibilidad financiera del mismo.

SUMMARY

The development of this work, is the creation of a commercialization and sales system, dynamic and efficient for PROINCO REALTY, this system serves for the planned growth of the group.

Chapter One gives us a panoramic survey of the themes which are going to be studied.

Observing an analytic vision which will let us to work over solid academic basis and techniques, so this way we can comply with the planned target.

Chapter Two is about a deep recognizing of the organization where we can know relevant aspects which will be very important to create new strategies.

Chapter Three we are going to analyze MACRO and MICRO aspects to determine strong and light points with the purpose to establish a dynamic line to power up the strong things and convert the lightness in opportunities.

Merchandising investigation determines the facts of the market and gives us guides for the business. This is which we are going to deal in chapter four and where we emphasize the segment and we turn of business with big expectations in growing up.

Chapter Five, we set the commercialization system placing growth strategies as the product as geographically.

Is evident the necessity to create a commercial team with own policies and procedures, determining in the next chapter the financial feasibility of this team.