



## SEMINARIO DE TITULO

# MANEJO DE POST VENTA EN LOS PROCESOS INMOBILIARIOS

## PROPOSICION DE UN MODELO DE APLICACIÓN.



\_\_\_\_\_ Alumna: Francisca Reyes U. \_Docente guía: Mario Bellolio B. \_\_\_\_\_ Facultad de Arquitectura y Urbanismo\_\_ U. de Concepcion \_\_\_\_\_ Fecha: 25/05/09



# Introducción

En la actualidad el Gran Concepción se ha constituido en un importante centro de desarrollo económico, industrial y de servicios en la región.

Como parte de este fenómeno surge un gran crecimiento en las diferentes ciudades que la componen, en las cuales diversas inmobiliarias han tomado protagonismo desarrollando sectores de la ciudad nunca antes explotados.

Según estudios de mercado inmobiliario el año 2001 marca el comienzo de la reactivación de demanda y oferta inmobiliaria manteniéndose y aumentando este auge principalmente hasta el año 2007 según registros.

Esta activación del mercado ha favorecido principalmente a la comuna de San Pedro de la Paz al experimentar un gran crecimiento, mostrándose actualmente, después de Concepción, como uno de los lugares preferidos para vivir.

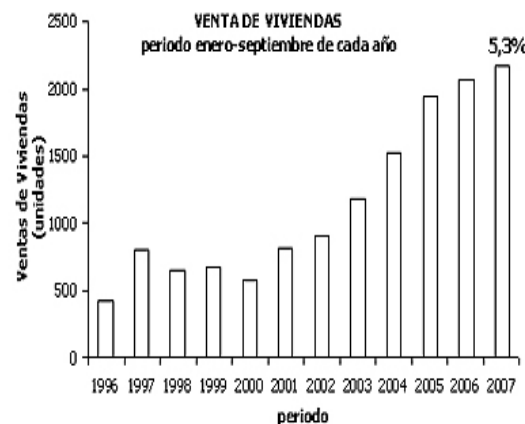
Como consecuencia de la reactivación del mercado inmobiliario ha surgido una evolución en la demanda en el Gran Concepción la que ha llevado a abarcar nuevos segmentos de precios y por ende de calidad.

Esta evolución de la demanda se encuentra muy influenciada por la cantidad de información que hoy manejan los clientes interesados, información expuesta por medios de comunicación como televisión, internet, folletos, eventos, carteles promocionales, etc.

Dicho lo anterior, la abundancia de información trajo consigo la exigencia de parte del futuro comprador el cual antes de la compra estudia el producto que se le ofrece para escoger la mejor alternativa según sus recursos y necesidades.

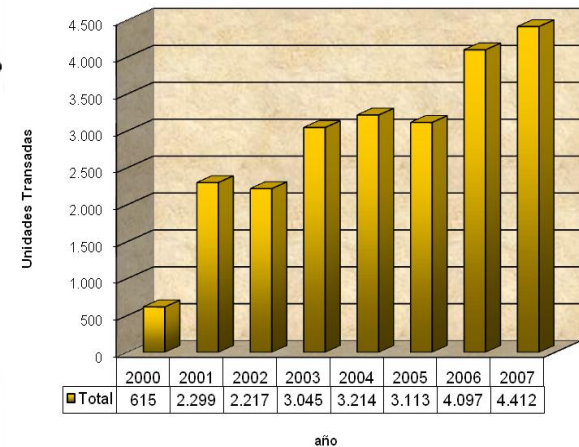


VENTAS INMOBILIARIAS EN EL GRAN CONCEPCIÓN



FUENTE: CCHC, DELEGACION CONCEPCION.

Número Viviendas Transadas Gran Concepción



FUENTE: MERCADO INMOBILIARIO DEL GRAN CONCEPCION. DOMUS. CONCEPCION 2006-2007.

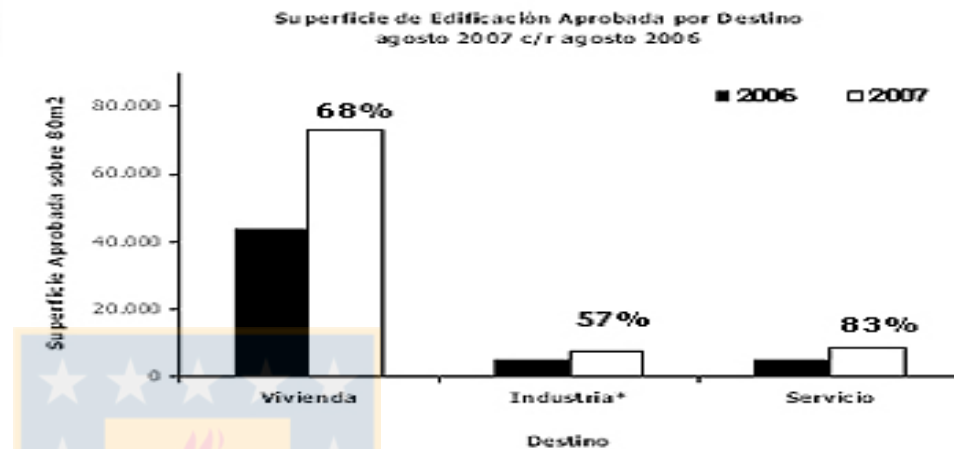
# Introducción

Frente a este cliente informado y exigente surgen las competencias entre las diferentes empresas inmobiliarias por mostrarse la más conveniente para la compra de una vivienda, manteniendo al cliente con la expectativa de recibir una buena atención durante y después de la venta.

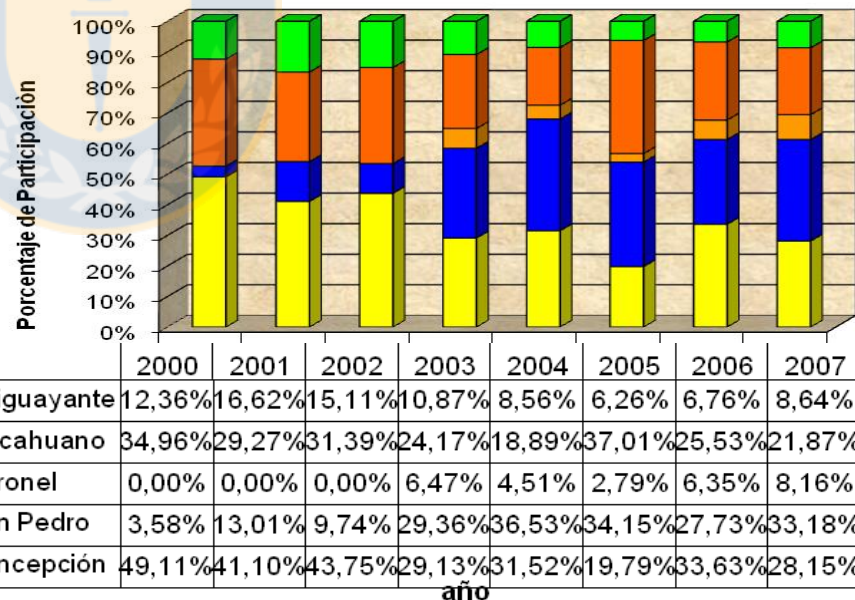
Para cumplir o superar estas expectativas se requiere conocer e interpretar la voz del cliente, como aspecto vital para el mejoramiento y competitividad de toda empresa, debido a este motivo se dará énfasis primeramente a un estudio del mercado inmobiliario, estableciendo tipologías en la oferta inmobiliaria según su calidad; ubicación, tipo de barrio, arquitectura y construcción, pudiendo entender de una forma más clara e informada la necesidad del servicio Post Venta según la tipología de proyecto ofertado y por ende según el tipo de cliente al cual se enfocara el servicio.

Junto con lo anterior se analizaran ejemplos de sistemas post ventas utilizados en las principales inmobiliarias del gran Concepción, pudiendo llegar a una investigación no teórica, sino que practica del servicio y funcionamiento Post Venta que ofrecen cada una de las empresas, llegando por medio de estas experiencias y ejemplos a un modelo operativo aplicable en la realidad, el cual recogerá y solucionara las fallas detectadas en la realidad actual. Un aporte práctico y fundamental para la imagen y prestigio de toda empresa Inmobiliaria.

## EDIFICACION TOTAL REGIONAL\_AGO 2007.



## PARTICIPACION PORCENTUAL DE LAS COMUNAS EN EL MERCADO DE LAS VIVIENDAS.



FUENTE IMAGEN 1: CCHC, DELEGACION CONCEPCION.

FUENTE IMAGEN 2: MERCADO INMOBILIARIO DEL GRAN CONCEPCION. DOMUS. CONCEPCION 2006-2007.