

SABADO 3 DE DICIEMBRE DE 1994

EL SECTOR INMOBILIARIO Y EL MARKETING

Su autor, José Enrique Canabal Barreiro, repasa la historia reciente del sector, de la que ha sido observador privilegiado, en uno de los escasos textos publicados en España sobre el marketing inmobiliario, desarrollando el sector desde el año de 1970 hasta el año 2000.

Con esta aportación pretende introducir los principales temas que configuran el problema del marketing inmobiliario y, sin ninguna intención de agotarlos, abordarlos desde el rigor, desbrozando una línea de análisis que pretende ser rica y suficientemente plural. Hace una exposición preliminar sobre la situación del sector inmobiliario en la UE y en España, para posteriormente detenerse en aspectos como el estudio de la oferta y la demanda, los precios, las campañas de publicidad, la formación de vendedoras, los modelos estratégicos empresariales, desarrollando una propuesta de soluciones, más o menos detalladas e inmediatas sobre los recursos humanos, que conjuntamente con el marketing, son las dos áreas menos desarrolladas en el subsector inmobiliario.

Esta obra pretende ser un compendio de todos los aspectos relacionados con el subsector inmobiliario. La parte final expone el reto del sector inmobiliario ante el año 2000.

Esta obra pretende ser un compendio de todos los aspectos relacionados con el subsector inmobiliario. La parte final expone el reto del sector inmobiliario ante el año 2000.