

## TRABAJO PRACTICO N° 3

### SELECCIÓN Y CAPACITACIÓN DE PERSONAL

#### ESTRATEGIA DE VENTA - CANON

##### Imagen:

Líder Mundial, fabricante de fotocopiadoras de papel.

##### Misión:

Brindar servicios con maquinas de volúmenes bajos.

##### Objetivos Estratégicos:

Desarrollo una red de distribuidores, agentes y fuerzas de venta propia con la que lograron una presencia efectiva y flexible de los mercados mas importantes.

##### Metas:

Lograr una mejor relación Calidad-Precio.

##### Tareas:

Desarrollo un tipo de producto mas fiable y con mayor potencial de crecimiento.

Canon adopto pocos riesgos, prefirió un proceso incremental, de mejora continua, hasta dar con lo que pedía el mercado.

##### Indicadores:

Proceso de adaptación (incremental)

- Tomar tecnología prestada de otras empresas, aprender su funcionamiento y dinámica, de esa forma adaptarlas a las necesidades propias y mejorarla.
- Obsesión por la calidad.
- Estrategia internacional consistente, buscando las ventajas de la concentración de actividad y las de marketing y distribución.
- Flexibilidad de adaptación a los mercados locales.

##### Conclusión:

Canon enseña, entre otras, la importancia de elegir una buena estrategia, acompañada con un producto realmente valioso para sus usuarios y con una flexibilidad organizativa muy alta para adaptarse a las exigencias del entorno.

**Integrantes:**

Aguirre Marcos  
Garro Ezequiel  
Oliva Andrea  
Renaldi Tomas  
Roldan Juan Carlos  
Ruozi Roberto  
Sánchez Javier