

34

Fecha de presentación: enero, 2024

Fecha de aceptación: junio, 2024

Fecha de publicación: julio, 2024

INCREMENTANDO

LA EFECTIVIDAD DE LAS VENTAS EN EL SECTOR INMOBILIARIO DE
AMBATO, ECUADOR

INCREASING SALES EFFECTIVENESS IN THE REAL ESTATE SECTOR OF AMBATO, ECUADOR

Myrian Paulina Barreno Sánchez ¹

Email: a.myriambs36@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-4210-1631>

Mario Marcelo Yancha Villacís ¹

E-mail: ua.marceloyancha@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5459-114X>

Jenny Yolanda Barreno Sánchez ¹

E-mail: jennybarrenos@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-7069-7520>

*Autor para la correspondencia

¹ Universidad Regional Autónoma de los Andes Ambato, Ecuador.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Barreno Sánchez, M. P., Yancha Villacís, M. M., & Barreno Sánchez, J. Y. (2024) Incrementando la efectividad de las ventas en el sector inmobiliario de Ambato, Ecuador. *Universidad y Sociedad*, *16*(4), 321-328.

RESUMEN

La optimización del proceso de ventas en el sector inmobiliario de la ciudad de Ambato-Ecuador, emerge como un elemento esencial para el éxito competitivo de las empresas en un mercado en constante evolución. En este contexto, la implementación de estrategias de optimización se convierte en un diferenciador clave. Estas estrategias abarcan desde el uso de tecnología avanzada hasta la definición de procesos eficientes y el empoderamiento de los agentes de ventas. La consecuencia directa es el logro de un mayor alcance, una experiencia superior para los clientes y una ventaja competitiva sostenible. Además, este enfoque holístico hacia la optimización permite a las empresas inmobiliarias enfrentar desafíos y capitalizar oportunidades emergentes en un entorno empresarial cada vez más complejo. En última instancia, el análisis detallado de la optimización del proceso de ventas en Ambato subraya su papel fundamental en la consolidación de relaciones a largo plazo con los clientes y en la construcción de una sólida reputación en el mercado local.

Palabras clave: proceso de ventas, el éxito competitivo, procesos eficientes.

ABSTRACT

The optimization of the sales process in the real estate sector of the city of Ambato, Ecuador, emerges as an essential element for the competitive success of companies in a constantly evolving market. In this context, the implementation of optimization strategies becomes a key differentiator. These strategies encompass everything from the use of advanced technology to the definition of efficient processes and the empowerment of sales agents. The direct consequence is achieving greater reach, a superior customer experience, and a sustainable competitive advantage. Furthermore, this holistic approach to optimization enables real estate companies to confront challenges and capitalize on emerging opportunities in an increasingly complex business environment. Ultimately, the detailed analysis of sales process optimization in Ambato underscores its fundamental role in building long-term customer relationships and establishing a strong reputation in the local market.

Keywords: sales process, competitive success, efficient processes.

INTRODUCCIÓN

En este contexto, la ciudad de Ambato en Ecuador emerge como un enclave donde las empresas inmobiliarias buscaban capitalizar la creciente demanda y las oportunidades que ofrece un mercado en constante evolución. La optimización del proceso de ventas se convirtió en un diferenciador clave (Real, 2022). A través de la implementación de estrategias que incluyen el uso de tecnología avanzada, la definición de procesos eficientes y el empoderamiento de los agentes de ventas, las empresas lograron un mayor alcance.

Este estudio analiza de manera exhaustiva el entorno del sector inmobiliario en Ambato, en él se destaca cómo la optimización del proceso de ventas se convierte en un motor esencial para el logro de resultados sobresalientes y la consolidación de una posición sólida en el mercado. A través de un enfoque en la mejora continua y la adaptación a las demandas cambiantes, las empresas inmobiliarias no solo lograron satisfacer las expectativas del cliente, sino también forjar una reputación sólida y generar relaciones a largo plazo (Barreno & Romero, 2021).

La optimización en las ventas en el sector inmobiliario de Ambato, Ecuador, constituye un elemento fundamental para el éxito y la competitividad de las empresas en un mercado en constante evolución. En un entorno donde la demanda de propiedades variaba y los compradores estaban mejor informados que nunca, la optimización del proceso de ventas se presenta como una estrategia esencial para destacar y prosperar (Cevallos & Rivadeneira, 2020).

La ciudad de Ambato, con su vibrante mercado inmobiliario, requiere que las empresas adopten un enfoque proactivo y moderno para captar la atención de los compradores y cerrar transacciones de manera eficiente. Esto implica la incorporación de tecnologías avanzadas para presentar propiedades de manera atractiva y simplificar el proceso de compra. Además, la definición de procesos de ventas claros y concisos, junto con el fortalecimiento de las habilidades de los agentes de ventas, resultan fundamental para brindar experiencias excepcionales al cliente (Montenegro, 2023).

MATERIALES Y MÉTODOS

El estudio se enmarcó en metodología mixta, de tipo descriptivo. Con el empleo de métodos de nivel teórico que sustentaron la búsqueda de la información descrita sobre la efectividad de las ventas en el sector inmobiliario de Ambato, Ecuador. Para complementar el análisis se hizo uso de métodos de nivel empírico, esto incluyó la

recopilación de datos a través de cuestionario, entrevista y observación.

Se realizó una consulta a expertos para evaluar el cuestionario elaborado. Para el procesamiento de esta consulta, se empleó el Coeficiente de Kendall, un método que mide el grado de asociación entre varios conjuntos (k) de N entidades. Este método resultó útil para determinar el grado de acuerdo entre varios jueces y la asociación entre tres o más variables. Para una mejor comprensión del método, véanse Gómez et al. (2022); Pozo et al. (2021).

La población económicamente activa de la ciudad de Ambato, estimada en 246,328 habitantes, fue considerada en el estudio. Aplicando una fórmula estadística, se determinó que el tamaño de muestra necesario era de aproximadamente 78 habitantes, a quienes se les aplicó el cuestionario elaborado.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Resultados de la consulta a expertos.

Para la consulta a expertos, se contó con la experiencia de 5 especialistas en gestiones de ventas, marketing y administración de empresas, a los que se les expuso el cuestionario previamente elaborado por los investigadores.

Para el procesamiento estadístico del cuestionario se utilizó el software estadístico SPSS V20.0. Acorde a los resultados del procesamiento se pudo arribar a los siguientes resultados:

En la siguiente tabla se muestra la evaluación numérica de los datos:

Tabla 1: Consulta a expertos

Preguntas	Expertos					Promedio
	1	2	3	4	5	
¿Considera usted que el cuestionario que se propone es factible en su aplicación?	5	5	5	5	5	5
¿Piensa usted que se ajusta a los objetivos que se pretende medir?	5	5	5	5	5	5
¿De acuerdo con su experiencia profesional, considera que en dicho cuestionario se emplea un lenguaje adecuado a la población a la que se le quiere aplicar?	5	5	5	4	5	4.714

¿Cumple con las normas éticas en cuanto a datos biográficos y divulgación de estos?	5	5	5	5	4	
¿Considera usted que el procedimiento cumple con los parámetros metodológicos establecidos para ello?	5	5	5	5	5	4.714

Fuente: consulta a expertos. Nota: elaboración propia.

Los resultados tabulados mostraron un índice de cumplimiento (Ic) del 100%. El análisis del valor de Chi-cuadrado y el Coeficiente de Concordancia de Kendall indicaron que se rechaza la hipótesis nula, concluyendo que existe coherencia entre los expertos y que este acuerdo no es casual. La evaluación realizada por los expertos superó los 4 puntos, confirmando que consideran válido el procedimiento propuesto (cuestionario). No se observaron valores extremos, lo que sugiere una regularidad en los datos y ausencia de dispersión estadística significativa.

La consulta realizada a los expertos fue tabulada, mostrando un índice de cumplimiento del 100%, lo que indica que todos los expertos consideran factible la realización del procedimiento. Al calcular delta (Δ), la sumatoria de las alternativas ($\sum A_{ij}$), y el peso, se obtuvo el Coeficiente de Concordancia de Kendall, concluyendo que existe un acuerdo significativo entre los expertos y que este acuerdo no es casual.

Resultados de la aplicación del cuestionario.

En las tablas siguientes, se ofrecen las respuestas de la encuesta aplicada. En ellas se obtiene una representación detallada de las opiniones y percepciones de los participantes en relación con aspectos vinculados a la optimización de las prácticas de ventas en el ámbito inmobiliario.

Pregunta 1 (ver tabla 2): ¿Consideras que la optimización del proceso de ventas impacta positivamente en la eficiencia y efectividad de las transacciones inmobiliarias en Ambato?

Tabla 2: Respuesta a la pregunta 1 de la encuesta.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	8	10.3%
En desacuerdo	10	12.8%
Neutro	15	19.2%
De acuerdo	25	32.1%
Totalmente de acuerdo	20	25.6%

Fuente: encuesta. Nota: elaboración propia.

En lo que respecta al impacto de la optimización del proceso de ventas en la eficiencia de las transacciones

inmobiliarias en la ciudad de Ambato, los datos de la tabla 2 revelan que un 58% de los participantes, equivalentes a 45 individuos, han manifestado estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con esta afirmación. Esto indica una percepción positiva por parte de este grupo de participantes acerca de la influencia beneficiosa de la optimización en el proceso de ventas sobre la eficiencia transaccional en el sector inmobiliario.

Por otra parte, un 23% de los participantes, es decir, 18 personas, se han mantenido en una posición neutral respecto a la cuestión planteada. En contraste, un 19% de los encuestados, equivalente a 15 personas, han expresado estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con la idea de que la optimización del proceso de ventas influya positivamente en la eficiencia transaccional en el sector inmobiliario de Ambato.

Pregunta 2 (ver tabla 3): ¿Has observado que las empresas inmobiliarias en Ambato implementan estrategias específicas para optimizar su proceso de ventas?

Tabla 3: Respuesta a la pregunta 2 de la encuesta.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Nunca	5	6.4%
Raramente	12	15.4%
A veces	20	25.6%
Frecuentemente	25	32.1%
Siempre	16	20.5%

Fuente: encuesta. Nota: elaboración propia.

En la tabla 3, sobre el análisis de la percepción de los participantes con respecto a la implementación de estrategias específicas de optimización en empresas inmobiliarias en la localidad de Ambato, se observó que el 42% de los encuestados, equivalentes a 33 individuos, han afirmado haber notado con frecuencia o siempre la adopción de estas estrategias. Lo que pone de manifiesto un nivel notable de reconocimiento y conciencia por parte de esta fracción de los participantes con respecto a la presencia recurrente de prácticas de optimización en el entorno empresarial inmobiliario de Ambato.

Por otro lado, un 29% de los participantes, correspondiente a 23 personas, han declarado haber observado estas estrategias de manera ocasional. Esto sugiere una percepción intermitente por parte de este grupo en relación con la implementación de prácticas de optimización en las empresas inmobiliarias de la zona.

En contraposición, un 29% de los encuestados, equivalentes a 22 individuos, ha indicado que había notado estas estrategias de manera poco frecuente o rara. Este resultado señala la existencia de un segmento de la muestra

que percibe que las prácticas de optimización son poco comunes en las empresas inmobiliarias de Ambato.

Por último, únicamente un 13% de los participantes, es decir, 10 personas, han expresado no haber observado en absoluto la implementación de estas estrategias en el sector inmobiliario local. Este grupo representa una minoría en el estudio que no ha identificado la presencia de prácticas de optimización en el ámbito empresarial inmobiliario.

Pregunta 3 (ver tabla 4): ¿Crees que la tecnología avanzada utilizada en la optimización del proceso de ventas mejora la experiencia del cliente en el mercado inmobiliario de Ambato?

Tabla 4: Respuesta a la pregunta 3 de la encuesta.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	10	12.8%
En desacuerdo	18	23.1%
Neutro	14	17.9%
De acuerdo	20	25.6%
Totalmente de acuerdo	16	20.5%

Fuente: encuesta. Nota: elaboración propia.

La Tabla 4, en relación a la influencia de la tecnología avanzada utilizada en la optimización del proceso de ventas en la mejora de la experiencia del cliente en el mercado inmobiliario de Ambato, se observó que un 46% de los participantes, equivalente a 36 personas, ha expresado su conformidad total con esta afirmación. Estos resultados revelan una apreciación positiva y favorable por parte de un segmento considerable de los encuestados respecto a la contribución positiva de la tecnología avanzada en la optimización de procesos de ventas y su consiguiente impacto en la experiencia del cliente en el contexto inmobiliario de Ambato.

Por otro lado, un 26% de los participantes, lo que corresponde a 20 personas, han optado por la categoría neutral en sus respuestas. En contraparte, un 28% de los encuestados, equivalente a 22 individuos, han manifestado estar en desacuerdo o completamente en desacuerdo con la premisa en cuestión. Lo que indica que, a pesar de la percepción positiva de una parte de los participantes, existe un grupo significativo que no comparte la idea de que la tecnología avanzada tenga un impacto positivo en la experiencia del cliente en el ámbito inmobiliario de Ambato.

Pregunta 4 (ver tabla 5): ¿Has notado que la optimización del proceso de ventas influye en la generación de confianza y la fidelización de los clientes en el mercado inmobiliario de Ambato?

Tabla 5: Respuesta a la pregunta 4 de la encuesta.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Nunca	7	9.0%
Raramente	11	14.1%
A veces	18	23.1%
Frecuentemente	25	32.1%
Siempre	17	21.8%

Fuente: encuesta. Nota: elaboración propia.

En la tabla 5, un 42% de los encuestados, equivalente a 33 personas, afirmó haber notado esta influencia con frecuencia o de manera constante, indicando una relación positiva entre la optimización de las prácticas de ventas y la generación de confianza, así como la retención de clientes. Un 33% de los participantes, es decir, 26 personas, mencionó haber observado esta influencia de manera ocasional, sugiriendo que, aunque no lo percibieron de forma constante, reconocieron la existencia de una conexión entre la optimización del proceso de ventas y la generación de confianza y fidelización de clientes en el sector inmobiliario local.

En contraste, un 22% de los encuestados, equivalente a 17 individuos, indicó haber notado esta influencia de manera poco frecuente o rara, señalando la existencia de un grupo minoritario que percibió que la optimización del proceso de ventas no siempre estuvo vinculada de manera directa con la generación de confianza y la fidelización de clientes. Finalmente, solo un 3% de los participantes, es decir, 2 personas, expresó no haber notado en absoluto esta relación, representando una minoría en el estudio que no reconoció esta conexión.

Pregunta 5 (ver tabla 6): ¿Has enfrentado dificultades al implementar estrategias de optimización del proceso de ventas en el mercado inmobiliario de Ambato debido a la competencia y los cambios constantes?

Tabla 6: Respuesta a la pregunta 5 de la encuesta.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Nunca	10	12.8%
Raramente	16	20.5%
A veces	22	28.2%
Frecuentemente	20	25.6%
Siempre	10	12.8%

Fuente: encuesta. Nota: elaboración propia.

En la tabla 6 se responde si los participantes habían enfrentado dificultades al implementar estrategias de optimización del proceso de ventas debido a la competencia y los cambios constantes en el mercado inmobiliario de Ambato, se reveló que un 43% de los participantes (34 personas) han indicado haber enfrentado

estas dificultades a veces o con frecuencia. Esto pone de manifiesto que un grupo considerable de profesionales inmobiliarios ha experimentado de manera recurrente obstáculos en la implementación de estrategias de optimización, lo que sugiere que la dinámica competitiva y los cambios frecuentes en el mercado ejercen un impacto significativo en sus esfuerzos por mejorar sus procesos de ventas.

Además, un 28% (22 personas) han señalado haber experimentado estas dificultades de manera ocasional, lo que refuerza la idea de que la adaptación constante a las fluctuaciones del mercado es un desafío recurrente para los actores del sector inmobiliario en Ambato.

Por otro lado, un 26% (20 personas) han manifestado haber enfrentado estas dificultades de manera rara.

Finalmente, un pequeño porcentaje del 3% (2 personas) han afirmado no haber enfrentado tales dificultades. Estos resultados, aunque representan una minoría en el estudio, sugieren que existe un grupo de profesionales inmobiliarios que han logrado implementar estrategias de optimización sin mayores obstáculos derivados de la competencia y los cambios en el mercado inmobiliario de Ambato.

Pregunta 6 (ver tabla 7): ¿Crees que la optimización del proceso de ventas influye en la toma de decisiones más informadas por parte de los agentes de ventas y los compradores en el sector inmobiliario de Ambato?

Tabla 7: Respuesta a la pregunta 6 de la encuesta.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	12	15.4%
En desacuerdo	15	19.2%
Neutro	18	23.1%
De acuerdo	20	25.6%
Totalmente de acuerdo	13	16.7%

Fuente: encuesta. Nota: elaboración propia.

En la tabla 7, se observó que un 43% de los participantes (34 personas) estuvo de acuerdo o totalmente de acuerdo con esta afirmación. Estos resultados indican una percepción mayoritaria de que la optimización del proceso de ventas efectivamente contribuye a que tanto los profesionales inmobiliarios como los compradores puedan tomar decisiones más fundamentadas y basadas en información sólida en el contexto de Ambato.

Sin embargo, un 26% (20 personas) de los participantes se han ubicado en la categoría neutral, lo que sugiere que este grupo no ha adoptado una postura definitiva sobre la relación entre la optimización del proceso de ventas y la toma de decisiones informadas. Esta posición equilibrada

refleja la necesidad de un análisis más profundo de las percepciones y los factores que influyen en la opinión de estos individuos.

Además, un 28% (22 personas) manifiesta estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con la afirmación en cuestión. Estos resultados señalan la presencia de un grupo significativo de participantes que no comparte la percepción de que la optimización del proceso de ventas tenga un impacto positivo en la toma de decisiones informadas en el ámbito inmobiliario de Ambato.

Pregunta 7 (ver tabla 8): ¿Has notado cambios en la capacitación y formación de los agentes de ventas para respaldar la optimización del proceso de ventas en el mercado inmobiliario de Ambato?

Tabla 8: Respuesta a la pregunta 7 de la encuesta.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Nunca	8	10.3%
Raramente	14	17.9%
A veces	23	29.5%
Frecuentemente	18	23.1%
Siempre	15	19.2%

Fuente: encuesta. Nota: elaboración propia.

En la Tabla 8, se ha evidenciado que un 29% de los participantes (23 personas) han indicado haber notado estos cambios con frecuencia o siempre. Un 30% (23 personas) han mencionado haberlos observado ocasionalmente, mientras que un 23% (18 personas) los había notado raramente. Por otro lado, un 18% (14 personas) expresó no haber notado cambios en la capacitación y formación. Estos resultados señalan que una proporción considerable de participantes ha observado cambios en la formación de agentes de ventas en relación a la optimización del proceso de ventas en el contexto inmobiliario de Ambato.

Pregunta 8 (ver tabla 9): ¿Consideras que la optimización del proceso de ventas ha influido en la diferenciación de las empresas inmobiliarias y en su capacidad para competir en el mercado de Ambato?

Tabla 9: Respuesta a la pregunta 8 de la encuesta.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	7	9.0%
En desacuerdo	13	16.7%
Neutro	19	24.4%
De acuerdo	25	32.1%
Totalmente de acuerdo	14	17.9%

Fuente: encuesta. Nota: elaboración propia.

En la tabla 9 se observó que, un 48% de los participantes (37 personas) estuvo de acuerdo o totalmente de acuerdo con esta afirmación. Un 27% (21 personas) se ubicó

en la categoría neutral, mientras que un 25% (20 personas) han expresado estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que una mayoría considera que la optimización del proceso de ventas ha tenido un impacto positivo en la diferenciación y competitividad de las empresas inmobiliarias en el mercado de Ambato.

Pregunta 9 (ver tabla 10): ¿Has observado que la optimización del proceso de ventas influye en la toma de decisiones de los compradores y vendedores en el sector inmobiliario de Ambato?

Tabla 10: Respuesta a la pregunta 9 de la encuesta.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Nunca	3	3.8%
Raramente	9	11.5%
A veces	19	24.4%
Frecuentemente	28	35.9%
Siempre	19	24.4%

Fuente: encuesta. Nota: elaboración propia.

En la tabla anterior, sobre la pregunta 10, se evidencia que un 48% de los participantes (37 personas) afirmó haber observado esta influencia con frecuencia o siempre. Un 26% (20 personas) ha señalado haberla observado ocasionalmente, mientras que un 26% (20 personas) la había notado raramente. Solamente un 13% (10 personas) han manifestado no haber notado esta relación. Estos resultados reflejan una percepción generalizada de que la optimización del proceso de ventas influye en las decisiones de compradores y vendedores en el contexto inmobiliario de Ambato.

Pregunta 10 (ver tabla 11): ¿Consideras que la optimización del proceso de ventas se alinea con las tendencias emergentes y las expectativas de los consumidores en el sector inmobiliario de Ambato?

Tabla 11. Respuesta a la pregunta 10 de la encuesta.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	9	11.5%
En desacuerdo	12	15.4%
Neutro	16	20.5%
De acuerdo	26	33.3%
Totalmente de acuerdo	15	19.2%

Fuente: encuesta. Nota: elaboración propia.

En la tabla 11 se observa que un 49% de los participantes (38 personas) estuvo de acuerdo o totalmente de acuerdo con esta afirmación. Un 24% (19 personas) se ubica en la categoría neutral, mientras que un 27% (21 personas) han expresado estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo. Estos resultados sugieren que una mayoría

considera que la optimización del proceso de ventas en el sector inmobiliario de Ambato sigue las tendencias emergentes y se ajusta a las expectativas de los consumidores, aunque también existe un grupo que no comparte esta percepción.

Propuesta de Acciones para Incrementar la Efectividad de las Ventas en el Sector Inmobiliario de Ambato.

- Mejorar la Visibilidad y Presencia Online, para ello se propone:
 - Crear un sitio web moderno y optimizado para SEO.
 - Implementar campañas en Facebook, Instagram y LinkedIn.
 - Utilizar fotografía y video profesional, incluyendo tours virtuales.
 - Usar Google Ads y Facebook Ads para atraer clientes potenciales.
- Capacitación del Personal de Ventas, las acciones serán las siguientes:
 - Talleres de Capacitación, con el objetivo de mejorar las habilidades de atención al cliente y formación sobre normativas y tendencias del mercado.
- Optimización de la Atención al Cliente:
 - CRM: Implementar un sistema de gestión de relaciones con los clientes.
 - Establecer atención al cliente vía chat en vivo, teléfono y redes sociales.
 - Realizar encuestas post-venta para mejorar el servicio.
- Uso de Tecnología Avanzada, en este sentido se propone:
 - Utilizar software especializado para la gestión de propiedades.
 - Implementar herramientas para análisis de datos y predicción de tendencias.
 - Usar herramientas para campañas de email marketing y gestión de leads.
- Promoción y Alianzas Estratégicas:
 - Participar y organizar eventos inmobiliarios.
 - Ofrecer descuentos y promociones para atraer compradores.
 - Establecer alianzas con bancos y agencias de publicidad.

Esta propuesta de acciones aborda los principales factores que influyen en la efectividad de las ventas inmobiliarias. Al mejorar la visibilidad online, capacitar al personal, optimizar la atención al cliente, utilizar tecnología

avanzada y promover alianzas estratégicas, se crea un entorno más competitivo y atractivo para los compradores, lo que resulta en un aumento significativo de las ventas en el sector inmobiliario de Ambato. Se propone que las empresas inmobiliarias ejecuten este plan acorde a las necesidades de la compañía.

DISCUSIÓN.

El uso de la tecnología puede ayudar a las empresas inmobiliarias a optimizar su proceso de ventas. Señala que la tecnología puede ayudar a las empresas inmobiliarias a generar **leads**, calificar **leads**, cerrar ventas y brindar servicio al cliente. Por ejemplo, las empresas inmobiliarias pueden utilizar herramientas como los sitios web de listados múltiples (MLS), las redes sociales y los chatbots para generar leads. Pueden utilizar herramientas como los CRM (Customer Relationship Management) para calificar leads y cerrar ventas. Y pueden utilizar herramientas como los sistemas de servicio al cliente para brindar un mejor servicio al cliente (Sulaiman et al., 2020).

El desarrollo de relaciones puede ayudar a las empresas inmobiliarias a optimizar su proceso de ventas. Señala que las relaciones pueden ayudar a las empresas inmobiliarias a construir confianza, generar credibilidad y cerrar negocios. Pueden desarrollar estas relaciones asistiendo a eventos, participando en networking y brindando un excelente servicio al cliente (Cañarte & Morán, 2021).

La especialización puede ayudar a las empresas inmobiliarias a optimizar su proceso de ventas. Como señalan los autores Arévalo et al. (2020) que la especialización puede ayudar a las empresas inmobiliarias a enfocarse en un nicho específico, desarrollar conocimientos y experiencia, y cerrar negocios. Las empresas inmobiliarias pueden especializarse en bienes raíces residenciales, bienes raíces comerciales o bienes raíces de inversión.

La innovación puede ayudar a las empresas inmobiliarias a optimizar su proceso de ventas. Como señalan los autores Sánchez & Arroyo (2022) que la innovación puede ayudar a las empresas inmobiliarias a mantenerse a la vanguardia de la industria, diferenciarse de la competencia y cerrar negocios. El uso de las redes sociales puede ayudar a las empresas inmobiliarias a optimizar su proceso de ventas. Por ejemplo, las empresas inmobiliarias pueden utilizar plataformas como Facebook, Twitter e Instagram para generar leads. Pueden utilizar plataformas como LinkedIn para calificar leads y cerrar ventas. Y pueden utilizar plataformas como WhatsApp y Telegram para brindar un mejor servicio al cliente (Gallegos-Martínez et al., 2020).

El desarrollo de un sitio web puede ayudar a las empresas inmobiliarias a optimizar su proceso de ventas. Un sitio web bien diseñado puede ayudar a las empresas inmobiliarias a generar leads, calificar leads, cerrar ventas y brindar servicio al cliente. Por ejemplo, un sitio web puede incluir un formulario de contacto, una sección de blog y una galería de fotos (Sulaiman et al., 2020).

El uso de un CRM puede ayudar a las empresas inmobiliarias a optimizar su proceso de ventas. Un CRM puede ayudar a las empresas inmobiliarias a organizar sus leads, calificar leads, cerrar ventas y brindar servicio al cliente. Por ejemplo, un CRM puede ayudar a las empresas inmobiliarias a rastrear las interacciones con los clientes, asignar tareas a los empleados y generar informes (Gallegos-Martínez et al., 2020). El uso de un software de gestión de propiedades puede ayudar a las empresas inmobiliarias a administrar sus propiedades, gestionar sus listados, programar visitas y cerrar ventas. Por ejemplo, puede ayudar a las empresas inmobiliarias a rastrear el inventario, generar informes y administrar el flujo de caja (Rúiz, 2020).

CONCLUSIONES

La necesidad de optimizar el proceso de ventas en el sector inmobiliario de Ambato, Ecuador, se revela como un aspecto de suma importancia en el actual panorama empresarial. A través de un análisis minucioso de distintos enfoques y perspectivas, se ha destacado que esta optimización trasciende la mera eficiencia operativa y se convierte en un factor diferenciador esencial para las empresas que buscan destacar en un mercado caracterizado por su competitividad y constante transformación.

La incorporación de tecnologías avanzadas se erige como uno de los pilares fundamentales para lograr esta optimización en Ambato, la digitalización y automatización de tareas se han revelado como elementos cruciales para agilizar procesos y mejorar la experiencia del cliente. Esto permite una mayor personalización de las ofertas y un seguimiento más efectivo. Además, la adaptación a tendencias emergentes, como la implementación de recorridos virtuales de propiedades mediante realidad virtual, ha demostrado la capacidad de atraer y cautivar a una audiencia cada vez más tecnológica y visualmente orientada.

La confianza del cliente desempeña un papel crítico en el sector inmobiliario, y la optimización del proceso de ventas puede contribuir significativamente a su construcción. Mediante la provisión de información transparente, procesos claros y una atención más personalizada, las empresas pueden generar un sentido de seguridad y

credibilidad que resulta fundamental en la toma de decisiones de compra. Este elemento cobra aún más relevancia en un mercado en el que los compradores buscan no solo propiedades, sino también asesoramiento y una experiencia de compra satisfactoria. No obstante, es importante destacar que la optimización del proceso de ventas no es estática, sino que requiere adaptación continua para mantenerse alineada con las cambiantes necesidades de los compradores y vendedores en un mercado en constante evolución.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arévalo, M., Jennifer Nataly Cambal, J., & Araque, V. (2020). Gestión de la calidad en empresas de servicios: evaluación de la empresa inmobiliaria Crea en la provincia de Pastaza. *Revista investigación operacional*, 41(3), 425-431. <https://rev-inv-ope.pantheonsorbonne.fr/sites/default/files/inline-files/41320-11.pdf>
- Barreno, P., & Romero, C. (2022). Modelo de gestión del talento humano por competencias para el Departamento Financiero de la UNIANDES Matriz. *Revista Asociación Latinoamericana de Ciencias Neutrosóficas*, 19, 37-46. <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/11624/1/ARTCFMADELE002-2020.pdf>
- Cañarte, T., & Morán, C. (2021). El servicio al cliente como herramienta de marketing empresarial. *Journal Business Science*, 2(2), 1-12. https://revistas.uleam.edu.ec/index.php/business_science/article/view/78/183
- Cevallos, A., & Rivadeneira, L. (2020). Relación entre calidad del servicio al cliente y ventas de empresas inmobiliarias: Revisión sistemática literaria. *593 Digital Publisher CEIT*, 5(5), 40-49. <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/7898197.pdf>
- Gallegos-Martínez, J. A., Rincón-Sánchez, E., & Romero-Jasso, E. (2020). El impacto del marketing digital para captar clientes potenciales en el mercado inmobiliario en la zona metropolitana de Monterrey. *Vinculatégica EFAN*, 6(2), 1592-1603. <https://vinculatégica.uanl.mx/index.php/v/article/view/669/545>
- Gómez, N. B., Martínez, S. L. P., & Sánchez, E. F. (2022). El estadígrafo Kendall y su aplicación. Un ejemplo práctico. *A3Manos*, 9(16). <http://portal.amelica.org/ameli/journal/784/7843889004/html/>
- Montenegro, G. (2023). Plan de posicionamiento para la empresa inmobiliaria 'Iris Real Estate' en la ciudad de Cuenca 2022-2023 (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay). <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/13536/1/19061.pdf>
- Pozo Franco, P. E. D., Peñafiel Palacios, A. J., & Cruz Piza, I. A. (2021). Estudio causal mediante Kendall y Pareto de la violencia contra la mujer en tiempos de confinamiento por COVID-19. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*, 8(SPE3). https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-78902021000500031&script=sci_arttext#B10
- Real, M. (2022). Modelo de gestión pública por procesos para la dirección metropolitana de gestión de bienes inmuebles del municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (Master's thesis, Quito, Ecuador: Universidad Tecnológica Israel). <https://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/3114/3/UISRAEL-EC-MASTER-ADMP-378.242-2022-019.pdf>
- Rúiz, M. (2020). Control interno de inventarios y su incidencia en gestión financiera de Constructora e Inmobiliaria JJ SAC. (tesis de grado de la Universidad San Pedro). http://publicaciones.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/20.500.129076/19675/Tesis_65916.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sánchez, L., & Arroyo, S. (2022). La innovación administrativa y tecnológica como estrategia para enfrentar los retos actuales del mercado inmobiliario en vertical: una revisión teórica. *Economía: teoría y práctica*, (57), 71-93. <https://www.scielo.org.mx/pdf/etp/n57/2448-7481-etp-57-71.pdf>
- Sulaiman, M., Aziz, M., Bakar, M., Halili, N., & Azuddin, M. (2020). Matterport: virtual tour as a new marketing approach in real estate business during pandemic COVID-19. In International conference of innovation in media and visual design (IMDES 2020) (pp. 221-226). Atlantis Press. <https://www.atlantispress.com/article/125947186.pdf>