

Plan De Mejora Century 21 Next Level

Sergio Andrés Romero Vargas

Universidad Santo Tomás Seccional Tunja

Facultad de Negocios Internacionales

Tunja, Colombia

07 de Abril de 2025

Tabla de Contenido

Resumen	4
Introducción	6
Justificación	7
Objetivo General	7
Objetivos Específicos	7
Recolección de información	8
Historia y Fundación	8
Misión y Valores	8
Equipo y Servicios	8
Ubicación y Áreas de Servicio	9
Posicionamiento en el Mercado	9
Desarrollo de diagnóstico	9
Matriz DOFA	10
Figura 1	11
Matriz MEFI	12
Tabla 1	13
Matriz MEFE	15
Tabla 2	15

Matriz MIME	17
Tabla 3	18
Figura 2	19
Propuesta de Mejora	20
Objetivo Estrategias Área de Ventas	21
Tabla 4	21
Objetivo Estrategias Área de Reclutamiento	23
Tabla 5	24
Objetivo Estrategias Área de Marketing	25
Tabla 6	26
Cronograma	27
Figura 3	28
Conclusiones	29
Referencias Bibliográficas	32

Resumen

Este documento presenta un plan de mejora para Century 21 Next Level, una empresa líder en el sector inmobiliario. La iniciativa busca optimizar procesos internos, fortalecer la presencia digital y mejorar la experiencia del cliente mediante estrategias innovadoras. A través de este plan, se espera incrementar la eficiencia operativa, potenciar la percepción de marca y fomentar una cultura de mejora continua dentro de la organización, haciéndolo posible el fortalecimiento de las áreas de ventas, reclutamiento y marketing digital. La implementación de estas acciones permitirá a Century 21 Next Level mantenerse a la vanguardia en un mercado altamente competitivo y en constante evolución.

Palabras clave: Mejora continua, eficiencia operativa, digitalización, experiencia del cliente, innovación, Century 21 Next Level, inmobiliario, competitividad, optimización de procesos, estrategias inmobiliarias, percepción de marca, reclutamiento, marketing digital.

Abstract

This document proposes a strategic improvement plan for Century 21 Next Level, a leading company in the real estate sector. The initiative aims to optimize internal processes, strengthen digital presence, and enhance customer experience through innovative strategies. The plan seeks to increase operational efficiency, elevate brand perception, and foster a culture of continuous improvement within the organization, thereby reinforcing the areas of sales, recruitment, and digital marketing. The implementation of these actions will enable Century 21 Next Level to remain at the forefront of a highly competitive and constantly evolving market.

Keywords: continuous improvement, operational efficiency, digitalization, customer experience, innovation, Century 21 Next Level, real estate, competitiveness, process optimization, real estate strategies, brand perception, recruitment, digital marketing.

Introducción

En el mundo inmobiliario de hoy, donde cada ventaja cuenta, la mejora continua se ha vuelto esencial para que las organizaciones no solo sobrevivan, sino que prosperen. Century 21 Next Level se ha ganado su lugar como referente inmobiliario, pero incluso los líderes necesitan evolucionar. Century 21 Next Level es una empresa inmobiliaria reconocida por su compromiso con la excelencia en el mercado de bienes raíces. Sin embargo, la creciente competitividad y las demandas cambiantes del mercado exigen una revisión integral de sus procesos clave. Este plan de mejora se enfoca en fortalecer las áreas de ventas, reclutamiento y marketing digital. Su propósito es garantizar el crecimiento sostenible, optimizar la eficiencia operativa y consolidar la posición de liderazgo de la empresa en el sector.

La realidad es que toda organización tiene espacios para crecer. Este plan nace tras observar detenidamente el funcionamiento interno de Century 21 Next Level, identificando áreas donde pequeños cambios pueden generar grandes impactos en la eficiencia, la satisfacción del cliente y, por supuesto, la rentabilidad. Los clientes de hoy son exigentes y dinámicos; sus expectativas cambian constantemente. Por ello, Century 21 Next Level debe transformarse al mismo ritmo, renovando su propuesta de valor y destacándose en un mar de competidores.

El plan aborda diversas facetas del negocio que, trabajadas en conjunto, pueden transformar la operación. Desde repensar procesos internos que quizás llevan años funcionando de la misma manera, hasta aprovechar el poder del mundo digital, pasando por invertir en el recurso más valioso: las personas que conforman el equipo, y finalmente, reimaginar cada punto de contacto con los clientes. Cada estrategia propuesta surge de un análisis profundo y reflexivo sobre la realidad actual del mercado y apunta a generar resultados que sean sostenibles en el

tiempo. El objetivo final va más allá de mejorar números; se trata de cultivar una mentalidad donde la innovación y la búsqueda de la excelencia sean parte del ADN de Century 21 Next Level.

Justificación

En el mercado inmobiliario, los consumidores demandan innovación y agilidad, Century 21 Next Level debe fortalecerse en tres áreas críticas: ventas, reclutamiento y marketing digital. Este plan es esencial para identificar puntos de mejora y ofrecer soluciones efectivas. Al adoptar estas iniciativas, la empresa podrá maximizar su potencial competitivo y generar resultados sostenibles a largo plazo.

Además, este plan no solo busca mejorar la eficiencia operativa, sino también generar un impacto positivo en la percepción de marca. Un servicio más ágil, personalizado y digital, fortalecerá la confianza de los clientes, lo cual atraerá a un segmento más amplio del mercado. Por otro lado, la capacitación del equipo humano permitirá que los colaboradores desarrollen nuevas habilidades, adoptando una mentalidad de innovación y mejora continua, beneficiando así a toda la organización.

Objetivo General

Diseñar un plan de mejora que optimice las áreas de ventas, reclutamiento y marketing digital, permitiendo a Century 21 Next Level adaptarse al entorno competitivo y satisfacer las demandas de su audiencia.

Objetivos Específicos

1. Realizar una recopilación de datos que permita analizar el estado actual de la empresa.

2. Ejecutar un análisis diagnóstico mediante herramientas estratégicas como matrices DOFA, MEFI, MEFE y MIME.
3. Diseñar estrategias claras y acciones concretas para abordar las áreas prioritarias que permitan aportar al incremento de las ventas, mejorar los procesos de reclutamiento y potenciar el impacto del marketing digital.

Recolección de información

Historia y Fundación

Century 21 Next Level es una destacada franquicia de la reconocida red inmobiliaria Century 21, establecida en Kissimmee, Florida, Estados Unidos. Desde sus inicios, esta oficina se ha caracterizado por su enfoque innovador y su compromiso con la excelencia en el servicio al cliente. Fundada por agentes jóvenes y dinámicos, Century 21 Next Level ha aportado una perspectiva fresca y energía renovada a la industria inmobiliaria.

Misión y Valores

La misión de Century 21 Next Level es liderar la vanguardia de la innovación en bienes raíces, aprovechando un profundo conocimiento y un compromiso inquebrantable para transformar los sueños y objetivos de sus clientes e inversionistas en realidades extraordinarias. La empresa se esfuerza por desafiar la mediocridad y proporcionar experiencias excepcionales, otorgando siempre el 121% en cada transacción.

Equipo y Servicios

Actualmente, Century 21 Next Level cuenta con un equipo diverso y multilingüe de aproximadamente 37 agentes inmobiliarios, capaces de atender a una clientela amplia y variada. El equipo habla varios idiomas, incluyendo inglés y español, lo que les permite atender

eficazmente a una clientela multicultural. La oficina ofrece una gama completa de servicios inmobiliarios, incluyendo la compra, venta y alquiler de propiedades residenciales y comerciales.

Ubicación y Áreas de Servicio

Desde esta ubicación estratégica, la empresa ha ampliado su presencia en múltiples áreas de Florida Central, atendiendo comunidades como Orlando, St. Cloud, Lakeland, Davenport, Haines City, entre otras. Esta expansión le ha permitido consolidarse como una fuerza impulsora de innovación y liderazgo en la industria inmobiliaria de la región.

Posicionamiento en el Mercado

Como parte de la red global Century 21, fundada en 1971, Century 21 Next Level se beneficia de la reputación y el reconocimiento de una marca establecida que ha establecido estándares en el negocio inmobiliario. Esta afiliación proporciona a la oficina acceso a recursos, formación y una red de contactos amplia, lo que refuerza su capacidad para ofrecer servicios de alta calidad y mantenerse competitiva en el mercado.

La información recopilada sobre Century 21 Next Level proporciona una visión integral de su trayectoria, operaciones actuales y su conexión con la red global de Century 21. Esta comprensión profunda de la empresa es esencial para contextualizar y fundamentar el análisis, así como las estrategias propuestas en el plan de mejora, asegurando que estén alineadas con la realidad y objetivos de la organización.

Desarrollo de Diagnóstico

El diagnóstico permite analizar la situación actual de Century 21 Next Level desde perspectivas clave, con el propósito de identificar y priorizar acciones que optimicen su desempeño. Cada matriz utilizada cumple un rol fundamental en este análisis.

Estas matrices, integradas en el diagnóstico, proporcionan una base sólida para la toma de decisiones estratégicas que potencien el crecimiento de Century 21 Next Level y garanticen su sostenibilidad en el tiempo.

Matriz DOFA

El análisis DOFA se presenta como una herramienta fundamental para examinar la situación actual de Century 21 Next Level dentro del mercado inmobiliario. Este método permite realizar un diagnóstico completo que considera tanto el ambiente interno como el contexto externo en el que opera la empresa.

Al aplicar esta matriz analítica a Century 21 Next Level, se logra identificar con claridad cuáles son sus principales ventajas competitivas y qué áreas requieren atención inmediata.

Simultáneamente, el análisis revela qué tendencias del sector podrían representar posibilidades de crecimiento y qué factores externos podrían complicar su desarrollo en el futuro cercano.

El valor práctico de este ejercicio radica en su capacidad para transformar observaciones en acciones concretas. Los resultados obtenidos sirven como base para desarrollar estrategias que realmente respondan a la realidad específica de la empresa: potenciar los aspectos en los que ya se destaca, implementar soluciones efectivas para sus puntos débiles, aprovechar las condiciones favorables del mercado y establecer barreras protectoras ante posibles riesgos.

De esta manera, el análisis DOFA proporciona a Century 21 Next Level un fundamento sólido para la toma de decisiones estratégicas, aumentando las probabilidades de éxito en la implementación del plan de mejora.

Figura 1*Análisis DOFA***Conclusión Matriz DOFA**

Al examinar Century 21 Next Level mediante el análisis DOFA, se destaca que la empresa cuenta con importantes ventajas competitivas. Su nombre es reconocido en el mercado inmobiliario y su equipo tiene años de experiencia en el sector, lo que le da una base sólida para

crecer. Estas fortalezas son especialmente valiosas ahora que el mercado está experimentando una transformación digital y que el segmento de propiedades de alto valor muestra un potencial interesante.

Por otra parte, se observa algunas áreas que necesitan trabajo. A pesar de tener presencia en redes sociales, los números muestran que no están convirtiendo seguidores en clientes como deberían. Los procesos internos todavía dependen demasiado de tareas manuales que podrían automatizarse. Estos problemas internos se complican cuando se consideran factores externos como competidores que están invirtiendo agresivamente en marketing y posibles cambios en las regulaciones fiscales que podrían afectar las transacciones inmobiliarias.

Para que Century 21 Next Level mantenga y mejore su posición en el mercado, es fundamental que modernice sus operaciones internas y aproveche mejor las herramientas tecnológicas disponibles. La empresa necesita encontrar formas de distinguirse ofreciendo experiencias más personalizadas a sus clientes. En este sector tan competitivo, su capacidad para adaptarse rápidamente a los cambios y para innovar en sus servicios será lo que determine si puede seguir creciendo o no en los próximos años.

Matriz MEFI

La MEFI es fundamental para evaluar los aspectos internos que afectan el desempeño de Century 21 Next Level. Su aplicación permite priorizar fortalezas y debilidades según su impacto y relevancia para los objetivos de la empresa. Este análisis proporciona una base cuantitativa que guía las decisiones estratégicas internas, asegurando que los recursos y esfuerzos se enfoquen en las áreas con mayor potencial de mejora. Para Century 21 Next Level, la Matriz MEFI garantiza

que las fortalezas clave, como el reconocimiento de marca, sean maximizadas, mientras que las debilidades, como la conversión en redes sociales, se aborden con urgencia.

Tabla 1

Análisis MEFI

Factores Internos	Peso	Calificación	Puntaje Ponderado
Fortalezas			
Marca reconocida en el sector inmobiliario de alto nivel.	0.06	4	0.24
Equipo con experiencia en ventas y asesoramiento inmobiliario.	0.06	4	0.24
Alianzas estratégicas con entidades financieras.	0.05	3	0.15
Reputación consolidada y servicio personalizado al cliente.	0.06	4	0.24
Presencia en varias zonas de Florida Central.	0.05	3	0.15
Acceso a la red internacional de Century 21, lo cual brinda respaldo global.	0.05	4	0.20
Cultura enfocada en la excelencia y la mejora continua.	0.05	3	0.15
Metodología propia para procesos de venta y cierres.	0.05	3	0.15
Altos estándares éticos y cumplimiento normativo.	0.04	3	0.12
Participación en diferentes eventos inmobiliarios.	0.03	3	0.09

Debilidades			
Baja conversión de clientes potenciales en redes sociales.	0.06	1	0.06
Estrategias de reclutamiento y retención de talento limitadas.	0.06	2	0.12
Falta de automatización en procesos clave (CRM, seguimiento de clientes).	0.05	2	0.10
Recursos financieros limitados para campañas de marketing digital masivas.	0.06	1	0.06
Ausencia de un sistema de análisis de comportamiento del cliente.	0.05	1	0.05
Procesos internos que reducen la eficiencia operativa.	0.05	2	0.10
Segmentación poco afinada para audiencias específicas.	0.04	2	0.08
Número reducido de listados activos.	0.04	2	0.08
Poca comunicación con clientes por medios digitales (Chat, respuestas automáticas).	0.04	2	0.08
Página web con limitados servicios para clientes.	0.04	1	0.04
Total	1.00		2.50

Interpretación Matriz MEFI: Con un puntaje de **2.50**, Century 21 Next Level tiene una posición interna **promedio** en el mercado. Este resultado, si bien es medianamente positivo, también señala que hay espacio considerable para mejorar. Específicamente, la empresa necesita actualizar sus procesos digitales, avanzar en la automatización de operaciones que actualmente consumen demasiado tiempo y recursos, así como mejorar sus estrategias de reclutamiento.

Aunque la empresa cuenta con fortalezas significativas que la han mantenido competitiva hasta ahora, estas áreas de mejora representan oportunidades claras para incrementar su eficiencia y competitividad en el futuro cercano.

Matriz MEFE

Aplicar esta matriz permite tanto identificar como priorizar las oportunidades y amenazas más relevantes, ayudando a la empresa a anticiparse a los cambios del mercado, desarrollando estrategias adaptativas. Este enfoque asegura que Century 21 Next Level aproveche oportunidades como la creciente demanda inmobiliaria y adopte medidas para mitigar amenazas como la competencia agresiva. La Matriz MEFE contribuye a la resiliencia y sostenibilidad de la empresa frente a factores externos.

Tabla 2

Análisis MEFE

Factor Externo	Peso	Calificación	Puntaje Ponderado
Oportunidades			
Avances en tecnología digital que permiten automatizar y mejorar la captación de clientes.	0.06	4	0.24
Mayor interés de inversionistas internacionales en propiedades de alto valor.	0.06	4	0.24
Crecimiento de la demanda inmobiliaria.	0.06	3	0.18
Expansión de la demanda de inmuebles en ciudades con alto crecimiento urbano.	0.06	3	0.18

Formación y certificaciones online para agentes inmobiliarios.	0.05	3	0.15
Programas especiales de financiamiento para inversionistas internacionales.	0.05	3	0.15
Alianzas estratégicas con firmas de la marca C21.	0.05	4	0.20
Innovaciones en liderazgo y experiencia al cliente.	0.05	3	0.15
Creciente interés por propiedades con rentabilidad en dólares.	0.05	2	0.10
Incremento en el valor percibido de asesoría personalizada.	0.05	3	0.15
Amenazas			
Aumento de la competencia en el sector inmobiliario de alto nivel.	0.06	2	0.12
Cambios en regulaciones fiscales y normativas del sector inmobiliario.	0.06	1	0.06
Restricciones en normativas migratorias o fiscales internacionales.	0.05	2	0.10
Dependencia de plataformas digitales externas para la generación de clientes.	0.05	1	0.05
Saturación del mercado en algunas zonas de alto valor.	0.05	2	0.10
Redes sociales saturadas de publicidad.	0.04	1	0.04
Mayor dependencia de algoritmos y visibilidad pagada.	0.04	2	0.08
Desconocimiento de financiación y tasas hipotecarias.	0.04	2	0.08
Mejor prestación de servicios digitales de la competencia.	0.04	2	0.08

Marketplace inmobiliario genérico.	0.04	2	0.08
Total	1.00		2.73

Interpretación Matriz MEFE: El puntaje de **2.73** refleja que Century 21 Next Level se encuentra en una posición donde las **oportunidades del mercado superan a las amenazas existentes**. Sin embargo, necesita desarrollar planes concretos para reducir su vulnerabilidad ante las plataformas digitales de terceros que actualmente controlan parte de su visibilidad en el mercado. También debe prepararse mejor para navegar los cambios regulatorios que podrían afectar al sector inmobiliario en los próximos meses. Aunque el panorama es favorablemente optimista, se requiere acción proactiva para capitalizar esta ventaja comparativa antes de que las condiciones del mercado cambien.

Matriz MIME

A través de esta matriz, se podrá determinar qué estrategias ofrecen el mayor retorno en términos de eficiencia operativa, posicionamiento competitivo y crecimiento del negocio. De esta manera, la compañía podrá enfocarse en iniciativas de alto impacto que le permitan consolidarse como líder en el sector inmobiliario y asegurar su sostenibilidad a largo plazo.

Tabla 3*Análisis Explicativo MIME*

Acción Estratégica	Impacto en Fortalezas/Debilidades	Impacto en Oportunidades/Amenazas	Impacto Total
Implementación de CRM y automatización de procesos.	Alto (↑ eficiencia operativa)	Alto (↑ captación digital)	Muy alto
Inversión en estrategias digitales para mejorar conversión.	Alto (↑ atracción de clientes)	Medio (↔ reducción dependencia de plataformas externas)	Alto
Fortalecimiento de la diferenciación en servicio.	Medio (↔ reputación de marca)	Alto (↑ ventaja frente a la competencia)	Alto
Desarrollo de alianzas con entidades financieras y tecnológicas.	Medio (↑ valor agregado en asesorías)	Alto (↑ acceso a programas de financiamiento, ↓ desconocimiento del cliente)	Alto
Segmentación de campañas digitales para públicos específicos.	Medio (↑ eficiencia en marketing)	Medio (↑ conversión en redes saturadas)	Medio
Programa de atracción y fidelización de talento especializado.	Medio (↓ debilidad en reclutamiento)	Medio (↑ mejora en servicios diferenciados)	Medio
Mejora de procesos internos con tecnología y análisis de datos.	Alto (↓ procesos ineficientes, ↑ toma de decisiones)	Medio (↑ adaptación a tendencias digitales)	Alto
Formación continua y certificaciones para agentes inmobiliarios.	Medio (↑ capital humano, ↓ rotación)	Alto (↑ ventaja competitiva frente a otras agencias)	Alto

Figura 2

Análisis Gráfico MIME



Interpretación Matriz MIME: Del análisis realizado, resulta evidente que tres ejes estratégicos destacan como fundamentales para el futuro de Century 21 Next Level. En primer lugar, la automatización de procesos aparece como una necesidad urgente para eliminar cuellos de botella operativos que actualmente consumen tiempo valioso del equipo. Paralelamente, la transformación digital no es solo una tendencia pasajera sino una inversión necesaria que permitirá a la empresa conectar con un mercado que cada vez más inicia su búsqueda inmobiliaria online. Por último, en un sector donde muchos competidores ofrecen servicios

similares, la diferenciación a través de experiencias personalizadas emerge como el factor que realmente puede distinguir a la empresa en la mente de los clientes potenciales.

Propuesta de Mejora

Con base en el diagnóstico realizado, se han diseñado estrategias que abordan de manera específica las tres áreas críticas que son fundamentales para el éxito de Century 21 Next Level: ventas, reclutamiento y marketing digital. Estas áreas han sido priorizadas debido a su impacto directo en la competitividad y sostenibilidad de la empresa.

Para el área de ventas, las estrategias están orientadas a optimizar el desempeño del equipo comercial mediante capacitaciones personalizadas, modernización de herramientas como el CRM y campañas focalizadas que maximicen la conversión de leads en clientes. En cuanto al reclutamiento, se proponen acciones que fortalezcan la atracción y retención de talento mediante programas como esquema de incentivos para referidos. Por último, las estrategias de marketing digital buscan fortalecer la presencia online de la empresa, impulsando la creación de contenido dinámico, como reels, que incrementen el engagement y posicionen a Century 21 Next Level como un referente en el sector.

El enfoque integral de esta propuesta no solo aborda las debilidades detectadas en el diagnóstico, sino que también capitaliza las oportunidades externas para posicionar a la empresa como líder en su segmento. Estas estrategias están diseñadas para ser sostenibles, medibles y replicables, asegurando que los resultados se mantengan en el largo plazo.

La implementación de un plan de mejora es un proceso que requiere el diseño y ejecución de estrategias específicas alineadas con los objetivos organizacionales. En esta sección, se presentan las acciones concretas propuestas para abordar las áreas críticas identificadas: ventas,

reclutamiento y marketing digital. Cada estrategia se desglosa en tácticas operativas que detallan el "cómo" de su implementación, indicadores claros para medir el progreso y metas específicas que definen el éxito esperado. Este enfoque estructurado no solo asegura la viabilidad del plan, sino que también proporciona un marco para el seguimiento y la evaluación continua.

Objetivo Estrategias Área de Ventas

Fortalecer el desempeño comercial y operativo de Century 21 Next Level mediante la capacitación especializada del equipo de ventas, la implementación de tecnologías de gestión de clientes y el desarrollo de campañas de marketing geolocalizadas, con el fin de incrementar las conversiones, optimizar procesos y posicionar la marca en mercados clave.

Tabla 4

Propuesta para el Área de ventas

Estrategias	Tácticas	Indicadores	Metas
- Optimizar entrenamientos mediante el diseño de capacitaciones personalizadas dirigidas a los agentes de ventas, enfocándose en técnicas avanzadas de negociación, manejo de objeciones y uso de herramientas para mejorar la experiencia del cliente.	- Realizar talleres mensuales con simulaciones de casos reales, enfocado más en los reglamentos que se harán en USA. - Evaluar a los agentes de manera bimensual con tal de asegurar el funcionamiento de los entrenamientos.	- Participación de al menos el 90% de los agentes en las capacitaciones.	- Lograr que todos los agentes implementen las estrategias aprendidas en sus procesos diarios, generando un incremento medible en las conversiones. - +15% en ventas en 6 meses.

- Implementar un sistema de CRM más eficiente para gestionar leads, automatizar seguimientos y analizar el comportamiento de los clientes.	- Capacitar al equipo en el uso del nuevo sistema de CRM. - Automatizar el envío de correos electrónicos personalizados según las necesidades del cliente. - Monitorizar y analizar métricas clave desde el CRM.	- Reducción del tiempo promedio para cerrar una venta. - Aumento del uso del CRM por parte de los agentes.	- Mejorar la eficiencia operativa y aumentar la satisfacción del cliente al personalizar los servicios según sus necesidades. - Reducción del tiempo promedio para cerrar una venta en un 20%. - Aumento del uso del CRM por parte de los agentes al 100% en 3 meses.
- Crear campañas de marketing dirigidas a zonas específicas que presenten un alto potencial de conversión.	- Realizar estudios de mercado para identificar los intereses y necesidades locales. - Utilizar sponsor en redes sociales para difundir las campañas. También locales como banners.	- Generación de al menos 10 leads calificados por mes en cada campaña. - Incremento en el tráfico local hacia las oficinas de ventas en un 15%.	- Posicionar a Century 21 Next Level como la opción preferida en las zonas seleccionadas. (+10 leads calificados por mes.) - Mantener esos 10 leads durante 6 meses.

Indicadores y Cálculo

1. **Incremento en la tasa de cierre:** Este indicador mide el porcentaje de prospectos que se convierten en clientes. Se calcula dividiendo el número de cierres de ventas entre el total de leads generados, multiplicado por 100. *(Ejemplo: Si hay 15 cierres y 100 leads, la tasa de cierre es del 15%.)*
2. **Participación en capacitaciones:** Monitorea el porcentaje de agentes que asisten a las capacitaciones. *(Ejemplo: Número de asistentes entre total de agentes, multiplicado por 100.)*
3. **Reducción del tiempo de cierre:** Mide el promedio de días desde el primer contacto hasta el cierre de la venta. Se calcula sumando los tiempos individuales de cierre y dividiéndolos por el número total de cierres.
4. **Incremento en leads calificados:** Número adicional de leads calificados generados cada mes. Se mide comparando los datos previos con los resultados actuales.

Objetivo Estrategias Área de Reclutamiento

Ampliar y fortalecer el equipo comercial de Century 21 Next Level mediante estrategias de atracción, reclutamiento y referenciación de talento especializado, con el fin de incrementar la captación de agentes calificados, consolidando así una cultura organizacional colaborativa y asegurando un crecimiento sostenido de la fuerza de ventas.

Tabla 5*Propuesta para el Área de Reclutamiento*

Estrategias	Tácticas	Indicadores	Metas
- Crear campañas publicitarias en redes sociales y portales de empleo dirigidas a atraer talentos con perfiles específicos.	- Segmentar anuncios por interés y experiencia en plataformas como LinkedIn y Facebook. - Crear anuncios atractivos destacando beneficios y oportunidades de crecimiento profesional. (historias, webinars, podcast).	-Incremento en el número de postulantes calificados recibidos.	- Incremento del 30% en postulantes calificados en tres meses. - Contratar al menos cinco agentes calificados por mes.
- Realizar alianzas con escuelas técnicas o entidades como DBPR para captar nuevos agentes o agentes inactivos.	- Campañas de SMS y correos masivos a los contactos conseguidos.	-Número de contactos establecidos.	- Captar al menos 20 nuevos agentes en un periodo de 6 meses.
- Implementar un programa de incentivos para empleados que refieran a nuevos talentos.	- Establecer bonos para agentes que refieran candidatos. - Promocionar el programa por interno mediante comunicaciones claras y constantes.	- Número de nuevos empleados contratados a través de referidos.	- Crear una cultura interna de colaboración para atraer empleados. -Generar +5 referidos mensuales.

Indicadores y Cálculo

1. **Incremento en postulantes:** Mide el aumento en el número de postulantes calificados recibidos en comparación con el período previo. *(Ejemplo: 50 postulantes actuales frente a 35 anteriores representa un incremento del 43%.)*
2. **Participación en procesos de selección:** Porcentaje de postulantes que pasan a entrevistas o etapas posteriores. *(Cálculo: Número de participantes seleccionados entre total de postulantes, multiplicado por 100.)*
3. **Cantidad de referidos:** Mide el número de candidatos recomendados por empleados. *(Ejemplo: Total de referidos divididos por mes y comparados con metas establecidas.)*

Objetivo Estrategias Área de Marketing

Potenciar la visibilidad y posicionamiento digital de Century 21 Next Level a través de contenido atractivo, campañas segmentadas y acciones de remarketing, con el fin de aumentar el engagement en redes sociales, generar mayor tráfico al sitio web y captar leads calificados en los meses próximos.

Tabla 6*Propuesta para el Área de Marketing*

Estrategias	Tácticas	Indicadores	Metas
- Incrementar la presencia en redes sociales publicando contenido relevante y atractivo de manera constante.	- Publicar de forma diaria en Instagram, Facebook y TikTok. - Analizar datos de engagement para ajustar contenido. - Frecuentemente mencionar la existencia de la página web.	- Incremento en el engagement (likes, comentarios, compartidos). - Tasa de clics y tráfico generado al sitio web oficial.	- Incremento del 20% en interacciones mensuales. - Mejor posicionamiento de la marca en 6 meses. - Incrementar el tráfico al sitio web en un 20% en un trimestre.
- Producir videos cortos y dinámicos que resalten propiedades y testimonios de clientes (reels, shorts).	- Usar las tendencias del momento para captar mayor atención (hashtags, audios, temas). - Ser rápido a la hora de usar una tendencia ya que suelen cambiar constantemente.	- Tasa de reproducciones.	- Alcanzar 2,000 reproducciones por reel en tres meses. - Mejorar el reconocimiento de marca entre las generaciones más jóvenes.
- Campañas publicitarias enfocadas en destacar las propiedades más atractivas de la cartera actual. (luxury, nuevas propiedades y/o comunidades).	- Implementar remarketing para captar usuarios interesados que no concretaron una acción en el primer contacto. - Usar datos de comportamiento en redes para impactar a	- Incremento en conversiones provenientes de remarketing.	- +10% de conversión en usuarios que interactúan con anuncios de remarketing en 4 meses.

	usuarios con anuncios específicos.	- Porcentaje de usuarios impactados que vuelven al sitio o contactan.	
--	---------------------------------------	---	--

Indicadores y Cálculo

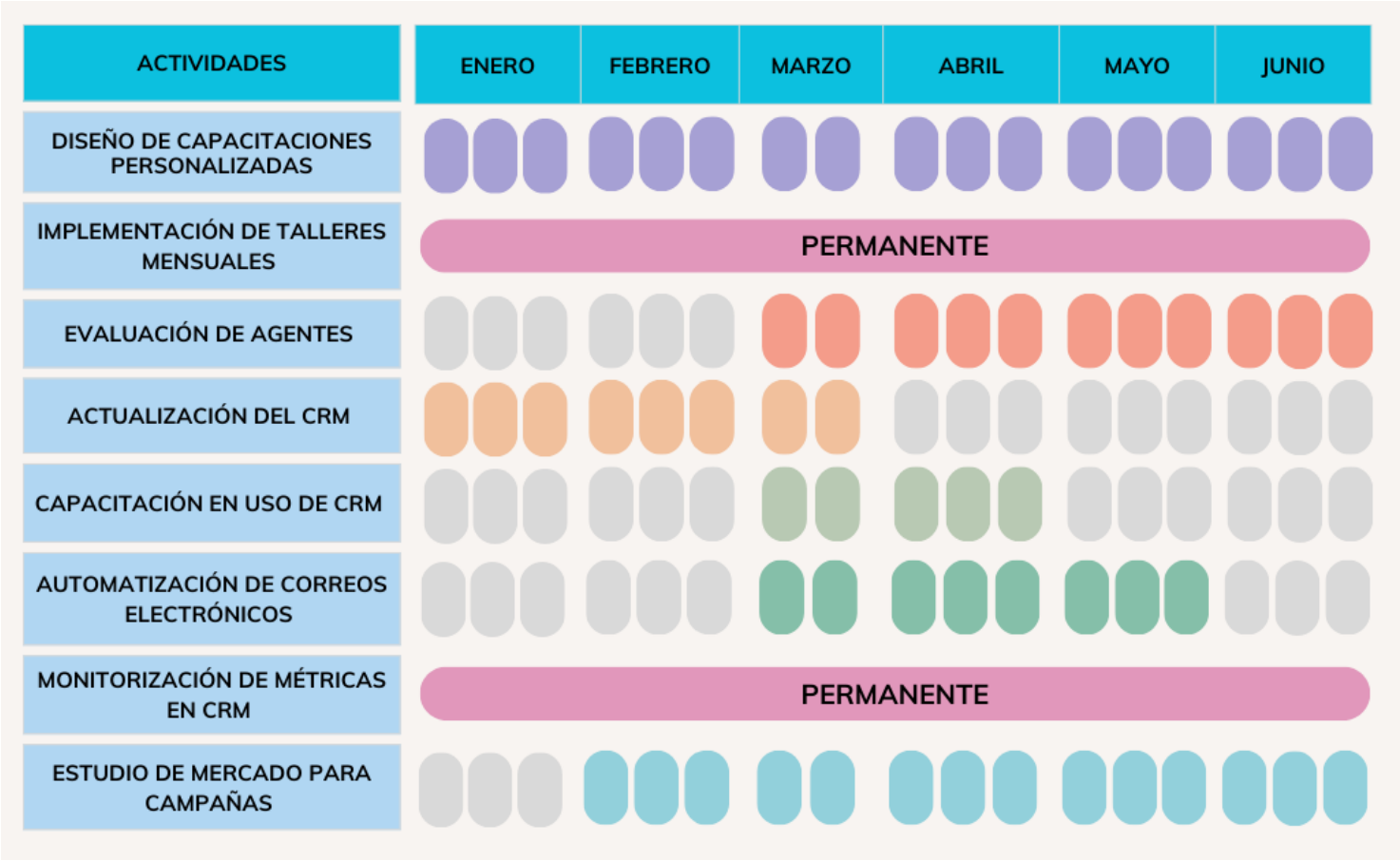
1. **Crecimiento en interacciones:** Mide el incremento de likes, comentarios, compartidos y guardados. *(Cálculo: Total de interacciones nuevas menos las del período anterior, dividido entre las interacciones anteriores, multiplicado por 100.)*
2. **Reproducciones por reel:** Cantidad total de vistas acumuladas por cada reel publicado en un mes. *(Se mide directamente a través de métricas de la plataforma.)*
3. **Nuevos seguidores:** Número de usuarios adicionales que comienzan a seguir las cuentas sociales mensualmente. *(Cálculo: Seguidores al final del mes menos seguidores al inicio del mes.)*

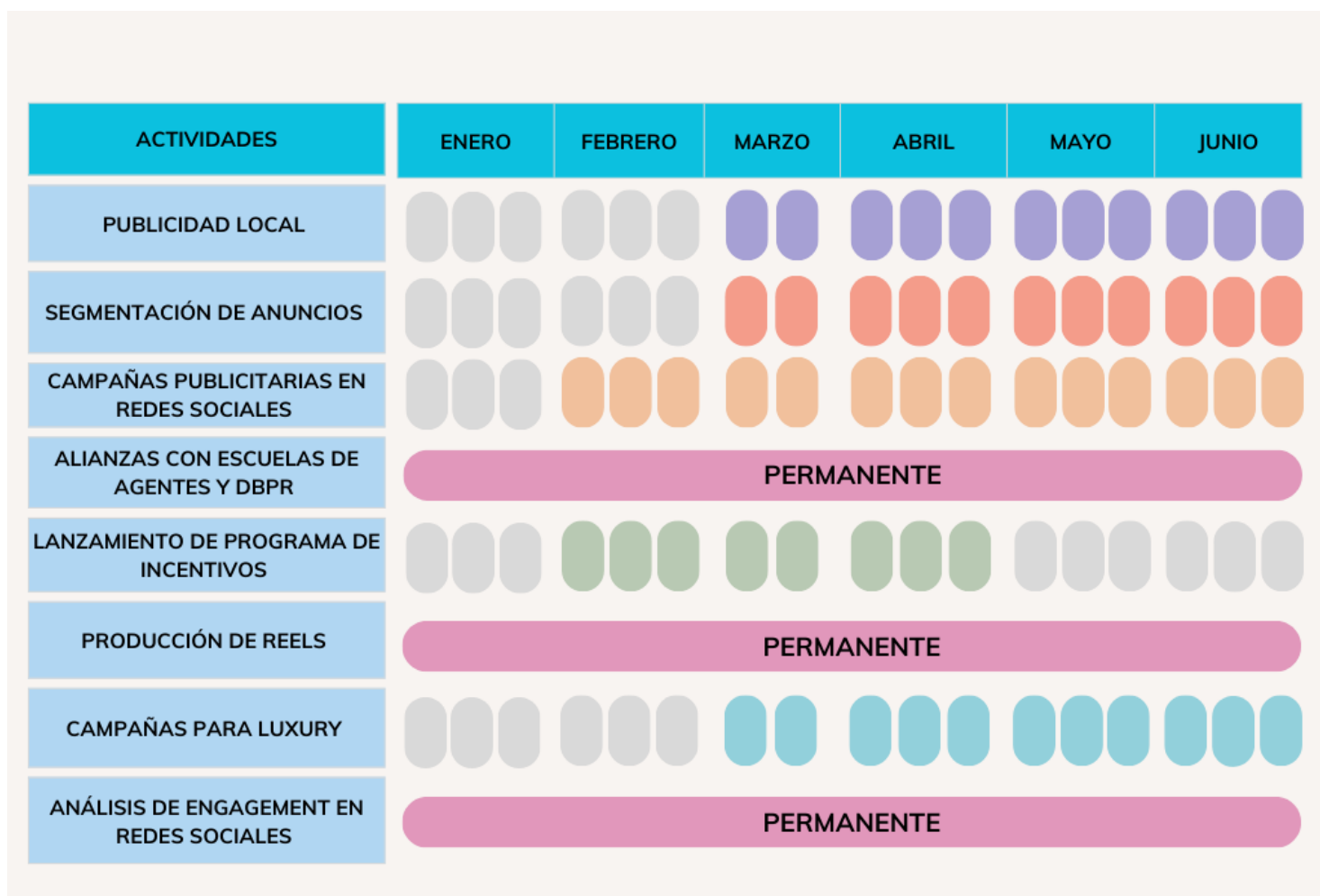
Cronograma

El cronograma presentado a continuación asigna tiempos específicos para la implementación de las estrategias propuestas, asegurando una ejecución ordenada y eficiente de cada objetivo. Cada actividad está vinculada a las metas establecidas en el plan de mejora, permitiendo monitorear el progreso y garantizar el cumplimiento de los plazos definidos.

Figura 3

Cronograma de Actividades





Conclusiones

Century 21 Next Level posee una base operativa y una identidad de marca consolidadas, lo que representa una ventaja estratégica para la ejecución de planes de mejora con un margen de seguridad considerable. Entre sus principales fortalezas destacan el reconocimiento en el mercado y un equipo de trabajo comprometido, elementos que deben ser aprovechados como ejes fundamentales para la implementación de las acciones propuestas. Es importante que cada intervención planteada en este plan se construya sobre estas capacidades preexistentes, con el fin de optimizar los resultados esperados y generar un impacto positivo a corto y largo plazo.

El análisis realizado permitió identificar diversas oportunidades en el entorno externo que podrían transformar significativamente el posicionamiento de la empresa. Entre estas, destacan el aumento sostenido en la demanda del sector inmobiliario y la acelerada digitalización de los procesos comerciales. En este contexto, diseñar campañas estratégicas orientadas a públicos específicos y fortalecer la presencia digital de la marca se convierten en pasos clave para consolidar a Century 21 Next Level como un referente dentro del sector inmobiliario.

No obstante, el diagnóstico también evidenció desafíos importantes, como la escasa innovación tecnológica y la limitada disponibilidad de recursos para campañas de alto impacto. Atender estas debilidades con prontitud es crucial para garantizar que la empresa no solo conserve su posición actual, sino que además sea capaz de anticiparse a las exigencias del mercado, respondiendo de forma ágil y eficiente a los cambios que este impone.

Se proyecta que, tras la puesta en marcha de este plan de mejora, se logren resultados tangibles en las áreas prioritarias. Entre los objetivos destacan el aumento del 15% en las ventas, un incremento del 20% en la interacción digital, y la expansión del equipo mediante la incorporación de al menos 15 nuevos agentes calificados. Estos logros no solo fortalecerán la estructura actual de la empresa, sino que también sentarán las bases para un crecimiento sostenido en el mediano y largo plazo.

En suma, el presente plan de mejora busca establecer una hoja de ruta clara y viable hacia el desarrollo sostenible de la organización. Al integrar estrategias orientadas a la innovación, la eficiencia operativa y la adaptación a nuevas tendencias, Century 21 Next Level estará en

condiciones de enfrentar los retos del futuro con solidez, permaneciendo competitiva y relevante dentro de un entorno empresarial en constante evolución.

Referencias Bibliográficas

- Abualzolof, P. (2024, August 13). Optimizing your real estate content marketing strategy in 2023. *Forbes*.
<https://www.forbes.com/councils/forbestechcouncil/2023/01/26/optimizing-your-real-estate-content-marketing-strategy-in-2023/>
- Acerca de nosotros | CENTURY 21 Español. (n.d.). <https://espanol.century21.com/sobre-century-21/acerca-de-nosotros>
- Century 21 next level on Guide to Florida. (n.d.). Guide to Florida.
https://guidetoflorida.com/kissimmee/real-estate/century-21-next-level?utm_source=chatgpt.com
- Costa, N. (2023, November 30). *Creative strategies for recruiting talent during a labor shortage*. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2023/11/creative-strategies-for-recruiting-talent-during-a-labor-shortage>
- Helaly, H. A. (2024, August 13). Strategies for success in real estate. *Forbes*.
<https://www.forbes.com/councils/forbesbusinesscouncil/2023/12/15/strategies-for-success-in-real-estate/>
- HOME | C21 Next Level. (n.d.). C21 Next Level. <https://www.c21nextlevel.com/>
- Palm, R., & Bolsen, T. (2023). Perspectives of Southwest Florida Homeowners and Real Estate Agents before Hurricane Ian. *The Professional Geographer*, 75(6), 916–931.
<https://doi.org/10.1080/00330124.2023.2194372>
- PricewaterhouseCoopers. (n.d.). *Emerging Trends in Real Estate® 2025*. PwC.
<https://www.pwc.com/us/en/industries/financial-services/asset-wealth-management/real-estate/emerging-trends-in-real-estate.html>

Real Estate in the Digital Age. (2021, Septiembre 23).

<https://www.nar.realtor/sites/default/files/documents/2021-real-estate-in-a-digital-age-10-05-2021.pdf>

Real Estate Marketing Ideas & Strategies. (n.d.). Inman.

<https://www.inman.com/category/marketing/>

2025 commercial real estate outlook. (2024, 27 septiembre). Deloitte Insights.

<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/financial-services/commercial-real-estate-outlook.html>