

Guía Rápida de KPIs para Agencias Inmobiliarias

10 indicadores clave para medir, decidir y mejorar resultados

KPI	Cómo se calcula	Por qué importa
Leads captados	Número de contactos recibidos en un periodo.	Mide el alcance de tus acciones de marketing.
Coste por Lead (CPL)	$\text{Gasto en marketing} \div \text{nº de leads}$.	Evalúa la eficiencia de la inversión publicitaria.
% Visita → Oferta	$\text{Ofertas recibidas} \div \text{visitas realizadas} \times 100$.	Mide la calidad de las visitas y el perfil de los compradores.
Días en mercado	Promedio de días que tarda en venderse un inmueble.	Indica la competitividad de tu precio y estrategia.
Precio de cierre vs. listado	$\text{Precio de venta} \div \text{precio de salida} \times 100$.	Señala la precisión en la fijación de precios.
Ingresos por operación	$\text{Ingresos totales} \div \text{nº de operaciones cerradas}$.	Refleja el valor medio de cada cliente.
CAC (Coste de adquisición de cliente)	$\text{Gasto total en marketing y ventas} \div \text{nº de clientes nuevos}$.	Controla la rentabilidad de tu captación.
Margen neto (%)	$(\text{Beneficio neto} \div \text{ingresos}) \times 100$.	Indica la rentabilidad real del negocio.
Ratio de conversión global	$\text{Operaciones cerradas} \div \text{leads} \times 100$.	Muestra la eficiencia de todo tu embudo.
LTV (Valor de vida del cliente)	Ingresos medios \times nº interacciones a lo largo del tiempo.	Estima cuánto aporta cada cliente en el largo plazo.

■ Consejo: revisa estos KPIs cada semana y discútelos en la reunión comercial. No midas 50 cosas: céntrate en las 10 que marcan la diferencia.