

# 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)	Gasto en marketing ÷ nº de leads.	Evaluá la eficiencia de la inversión publicitaria.
% Visita → Oferta	Ofertas recibidas ÷ visitas realizadas ×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	Precio de venta ÷ precio de salida ×100.	Señala la precisión en la fijación de precios.
Ingresos por operación	Ingresos totales ÷ nº de operaciones cerradas.	Refleja el valor medio de cada cliente.
CAC (Coste de adquisición de cliente)	Gasto total en marketing y ventas ÷ nº de clientes nuevos.	Controla la rentabilidad de tu captación.
Margen neto (%)	(Beneficio neto ÷ ingresos) ×100.	Indica la rentabilidad real del negocio.
Ratio de conversión global	Operaciones cerradas ÷ leads ×100.	Muestra la eficiencia de todo tu embudo.
LTV (Valor de vida del cliente)	Ingresos medios × 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.