



Sperant
CRM Inmobiliario

PRESENTA:

REPORTE SEMESTRAL

Del 01 de Julio al 31 de Diciembre del 2025

Data Estratégica para Liderar
el Mercado Inmobiliario

+ 300

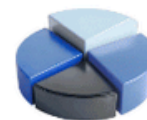
Inmobiliarias



+ 2000

Proyectos
Inmobiliarios

RADIOGRAFÍA DEL REPORTE



Alcance

Análisis exhaustivo del mercado inmobiliario nacional, desglosado estratégicamente.



Lima Metropolitana

Miraflores, San Isidro, Jesús María, etc



Provincias

Arequipa, Trujillo, Piura, etc.



Tipos de Unidad



Vivienda Vertical

Departamentos y Duplex



Vivienda Horizontal

Lotes y Casas

DETALLES TÉCNICOS

Periodo Analizado: 01 Jul - 31 Dic 2025

Moneda: Soles (PEN) y Dólares (USD)

Fuente: CRM Inmobiliario Sperant

Índice de Contenidos

01 Identidad y Contexto

Portada, Ficha Técnica e Introducción Pág. 1 - 3

02 Diagnóstico Macro

Panorama Inmbiliario, Marketing y Funnel de Ventas Pág. 4 - 7

03 Análisis de Producto

Vertical vs. Horizontal + Stock y Absorción Pág. 8 - 15

04 Desempeño Comparativo

Oportunidad en Provincias y Perfil del Comprador Pág. 16

05 Métricas de Cierre

Diagnóstico de Cierres Reales e Insights

Pág. 17 - 19



Nota

Reporte basado en el análisis de más de **2,021 proyectos** y **265 inmobiliarias**, bajo metodología de Business Intelligence.

LA VELOCIDAD ES LA NUEVA RENTABILIDAD

Del volumen de leads a la calidad de cierre.

En la gestión comercial inmobiliaria solíamos creer que más leads significaba más éxito. Hoy, esa lógica ya no funciona. En 2025, con toda la oferta inmobiliaria al alcance de un clic, el verdadero diferencial no es captar más contactos, sino **retener la atención del cliente y convertir más rápido que la competencia**.

“Operar sin data es operar a ciegas. Este reporte analiza el desempeño de los últimos 6 meses para identificar tendencias clave que impactan directamente en el stock y los precios.”

En las siguientes páginas presentamos un diagnóstico claro y directo, diferenciando la Vivienda Vertical —donde la ubicación es el factor clave— del crecimiento de la Vivienda Horizontal, que está redefiniendo la expansión urbana en provincias.

Este documento es tu hoja de ruta para dejar de perseguir leads y empezar a cerrar ventas.



Leandro Cortez Z.
Gerente Comercial

EL DATO CLAVE

1.3% ↓ +0.5%

Tasa de conversión promedio del mercado inmobiliario analizado en los últimos 6 meses.

ALCANCE DEL ESTUDIO

Lima 77%

Provincias 23%

Porcentaje de Proyectos considerados en el Reporte.

INFORMACIÓN MOSTRADA

Análisis estratégico basado en la información de los clientes que usan Sperant, reflejando un incremento semestral del 10% en la captación y consolidación de clientes.



Las integraciones digitales mejoran la eficiencia de la gestión comercial en hasta un 29,8%.

PANORAMA INMOBILIARIO SEMESTRAL

Señales clave de desempeño y eficiencia comercial

Los principales indicadores del panorama inmobiliario semestral permiten contextualizar el desempeño del mercado, identificar tendencias relevantes y comprender la evolución de la demanda y la actividad comercial durante el período analizado.

+ 30%

LEADS GENERADOS



Leads captados totales
vs semestre anterior

8pm-12am

MEJOR FRANJA HORARIA



Horario de mayor ingreso
de leads digitales

23

DÍAS



Tiempo Promedio de
creación del lead a
separación

Jesús María

DISTRITO MÁS COTIZADO



Distrito con mayor
volumen de cotizaciones

Jesús María

DISTRITO MÁS SEPARADO



Distrito con mayor
volumen de separaciones

16,742

UNIDADES



Unidades separadas
a nivel nacional

Continuidad Analítica

Escanea el código QR para
comparar los resultados con
el reporte del semestre
anterior y analizar la
evolución de los indicadores.



Facebook

MEDIO DE ORIGEN



Medio de captación con
mayor ingreso de leads

MARKETING & ORIGEN DE LEADS

Fuentes de prospección

ORIGEN DE LEADS



TENDENCIA MENSUAL DE LEADS



MEDIO / CANAL DE ORIGEN

PRINCIPAL MEDIO

Facebook

PRINCIPAL CANAL

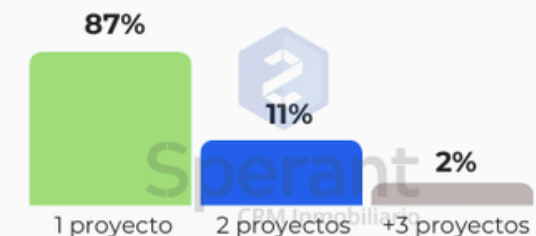
Inbox Facebook

PRIMER DISTRITO DE INTERÉS DEL LEAD



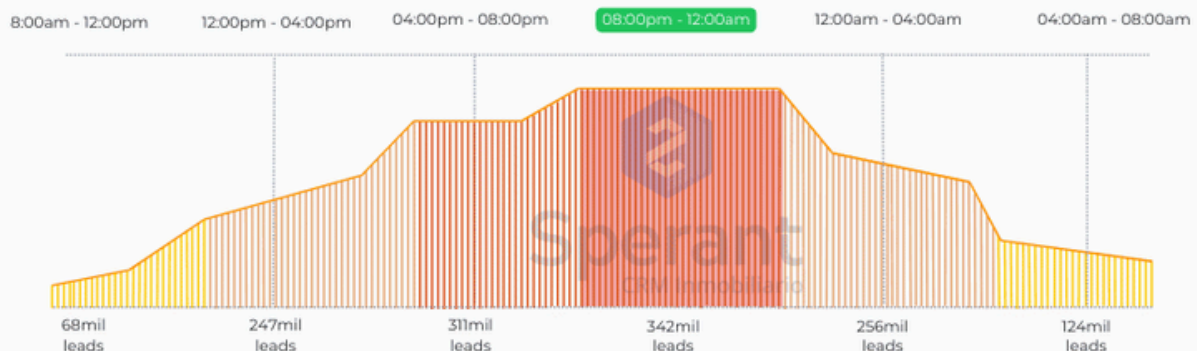
Distritos por el cual el lead realiza la primera consulta a la inmobiliaria

LEADS EN MÚLTIPLES PROYECTOS



13% Leads interesados en más de un proyecto, en promedio.

FRANJA HORARIA CON MÁS INGRESOS DE LEADS DIGITALES



DINÁMICA DE INTERACCIONES DEL ASESOR

Evaluación de eficiencia: Intensidad de gestión, tiempos de atención y puntos de fuga.



INTERACCIONES MANUALES

4'075,121

INTERACCIONES TOTALES EN EL SEMESTRE



INTERACCIONES MANUALES POR USUARIO

44 interacciones manuales realizadas en promedio por usuario por día

TIEMPO RESPUESTA ASESOR

278 minutos promedio de 1ra respuesta del asesor

TASA DE NO CONTACTADOS

10% de leads sin contacto efectivo con el asesor



RAZONES DE DESISTIMIENTOS



EFICIENCIA COMERCIAL: EL EMBUDO

Análisis del ratio de conversión paso a paso. Identificación de cuellos de botella entre la captación digital y la visita física.

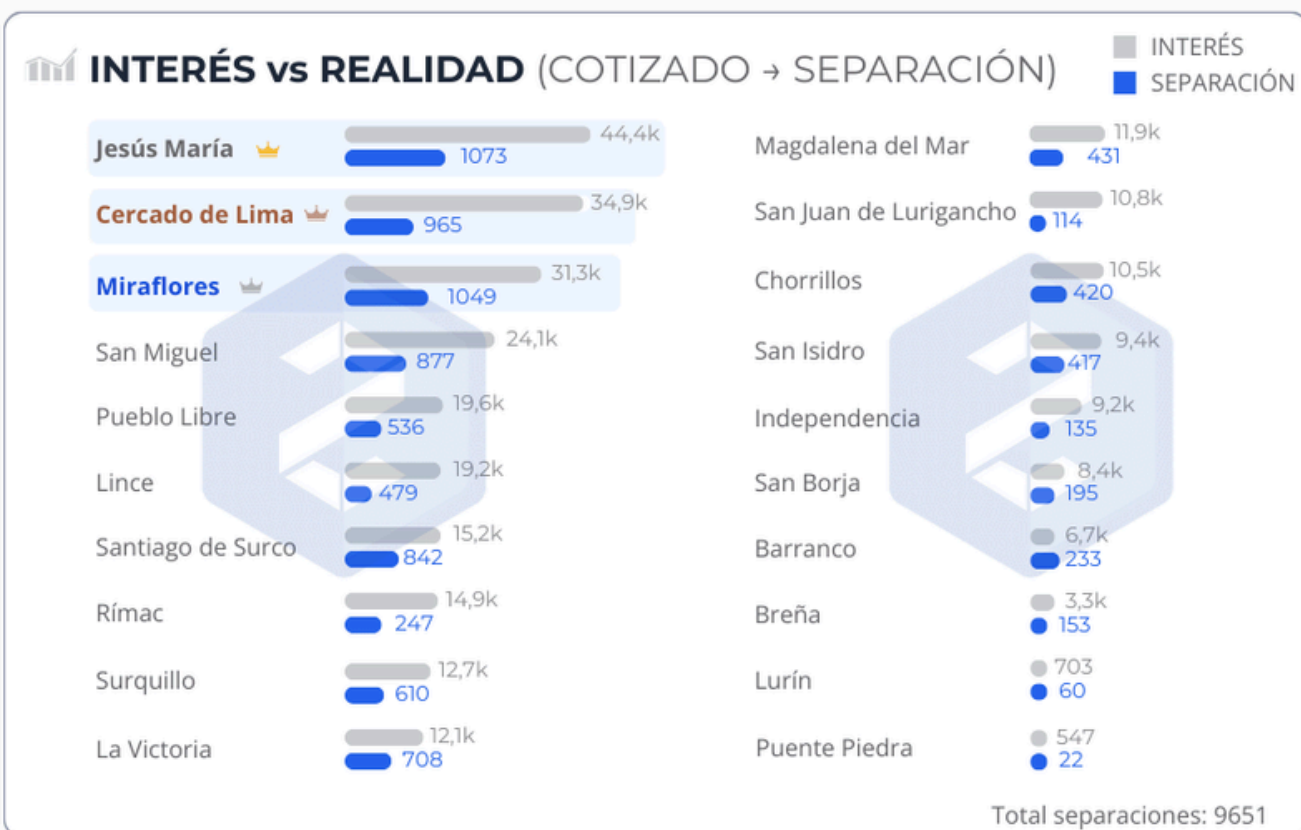
FUNNEL DE CONVERSIÓN



- Este análisis se construye a partir de la base completa de clientes de Sperant, integrando nuestros servicios Sperant Total (74%) y Sperant One (26%), lo que permite una lectura consolidada, consistente y altamente representativa del desempeño general del mercado inmobiliario.

MERCADO VERTICAL: LIMA METROPOLITANA

Comportamiento de la demanda de departamentos. Precios de cierre real y preferencias por distrito.



PRECIOS DE CIERRE POR DISTRITO

Cantidad de proyectos	Districto	PEN / m2	USD / m2
10	Barranco	S/ 10224	\$ 2942
102	Miraflores	S/ 8964	\$ 2766
43	San Isidro	S/ 8727	\$ 2663
36	Lince	S/ 7582	\$ 2201
83	Santiago de Surco	S/ 7454	\$ 2047
27	Magdalena del Mar	S/ 7280	\$ 2174
17	San Borja	S/ 7211	\$ 2020
61	Jesús María	S/ 6987	\$ 2284

BRECHA DE DEMANDA

Zonas con alto interés, pero bajo cierre

1. Rímac 6.3%

2. Chorrillos 5.7%

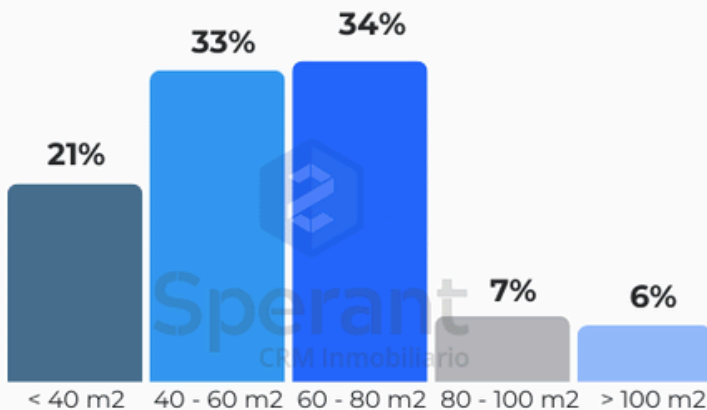
3. San Isidro 4.6%

MERCADO VERTICAL: LIMA METROPOLITANA

Análisis de metraje, preferencias de tamaño y distribución de espacios por zona.



VENTAS SEGÚN METRAJE (M²)



*El rango de 60-80 m² concentra la mayor absorción del semestre

DEMANDA POR TIPOLOGÍA

★ **2 Dormitorios** **42%**

Perfil: Parejas jóvenes y familias pequeñas. Alta liquidez.

3 Dormitorios **34%**

Perfil: Familia consolidada. Demanda estable.

1 Dormitorio **24%**

Perfil: Inversionista de renta corta (Airbnb) o jóvenes solteros.

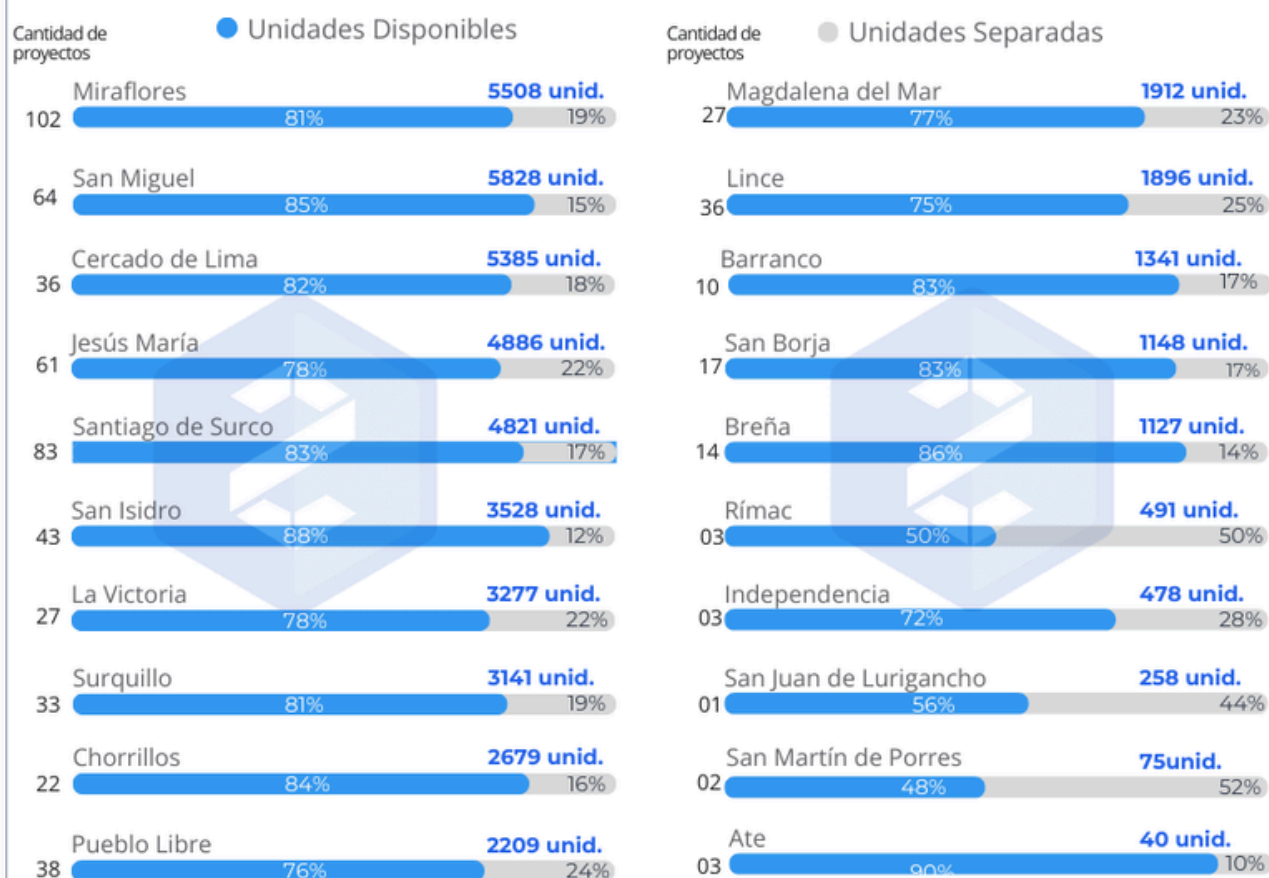
VENTAS SEGÚN METRAJE POR DISTRITO (M²)

Distrito	< 40 m ²	40 m ² - 60 m ²	60 m ² - 80 m ²	80 m ² - 100 m ²	> 100 m ²
Ate	-	-	0.12 %	-	-
Barranco	1.38 %	6.01 %	0.37 %	0.15 %	0.56 %
Breña	1.18 %	1.05 %	2.61 %	1.32 %	0.38 %
Cercado de Lima	9.02 %	9.19 %	14.33 %	1.32 %	3.2 %
Chorrillos	17.2 %	31.2 %	40.9 %	5 %	5.6 %
Independencia	0.89 %	0.73 %	2.76 %	0.15 %	0.56 %
Jesús María	11.48 %	12.75 %	11.35 %	7.89 %	2.82 %
La Victoria	-	-	-	-	1.5 %
Lince	7.59 %	5.72 %	3.62 %	2.05 %	2.44 %
Magdalena del Mar	4.44 %	4.58 %	3.71 %	6.29 %	6.2 %
Miraflores	10.45 %	5.47 %	10.03 %	29.39 %	25.75 %
Pueblo Libre	6.51 %	6.04 %	5.09 %	6.43 %	0.75 %
Puente Piedra	0.05 %	0.51 %	0.15 %	-	-
Rímac	1.13 %	2.77 %	4.05 %	-	0.94 %
San Bartolo	0.05 %	0.16 %	0.15 %	0.15 %	0.75 %
San Borja	1.48 %	1.34 %	1.78 %	3.36 %	7.89 %
San Isidro	5.08 %	2.45 %	3.59 %	7.31 %	13.16 %
San Juan de Lurigancho	0.74 %	-	2.98 %	-	0.38 %
San Martín de Porres	0.05 %	0.70 %	0.46 %	-	0.19 %
San Miguel	10.84 %	8.93 %	8.93 %	7.02 %	6.95 %
Santiago de Surco	6.16 %	6.23 %	8.53 %	19.88 %	20.11 %
Surquillo	8.08 %	8.96 %	4.63 %	1.61 %	0.38 %

MERCADO VERTICAL: LIMA METROPOLITANA

Stock disponible por distrito y análisis de efectividad de canales de venta.

ESTADO DEL STOCK DE UNIDADES POR DISTRITO



MEDIO DE CAPTACIÓN EFECTIVA

*Principales medios desde poforma



CANAL DE CIERRE

*Principales canales desde poforma

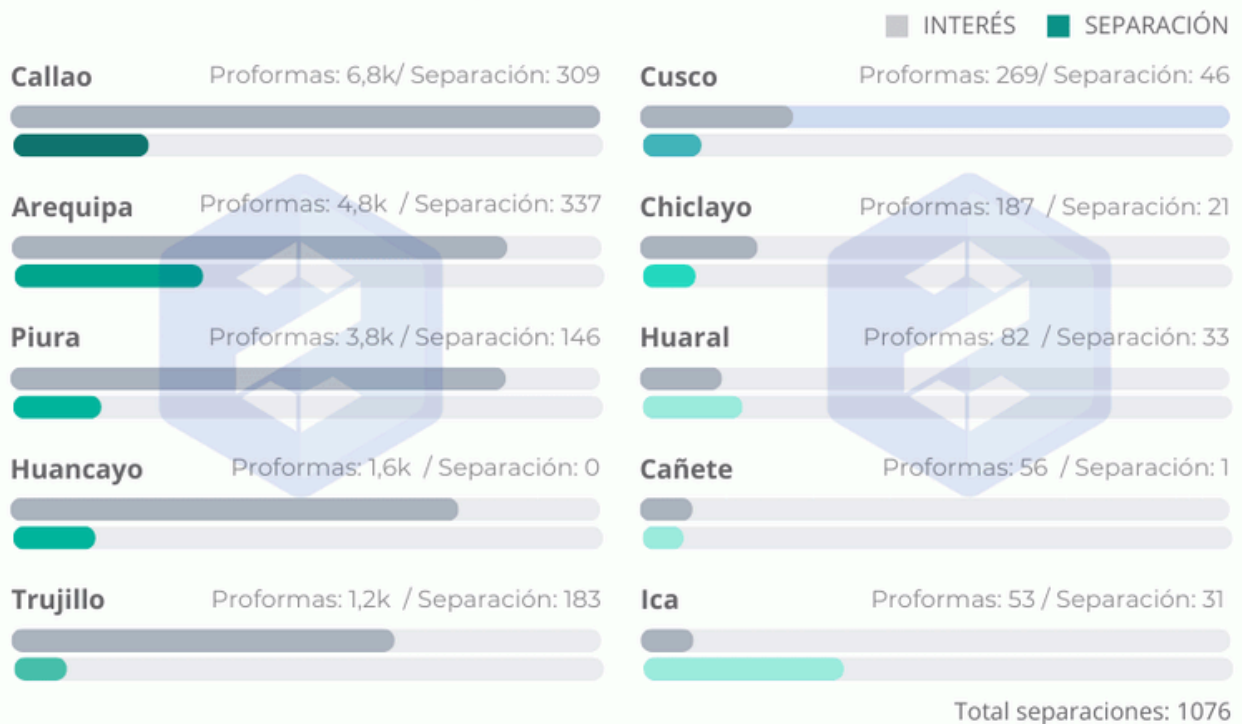


MERCADO VERTICAL:

PROVINCIAS

Comportamiento en Piura, Arequipa, Trujillo y principales plazas del interior

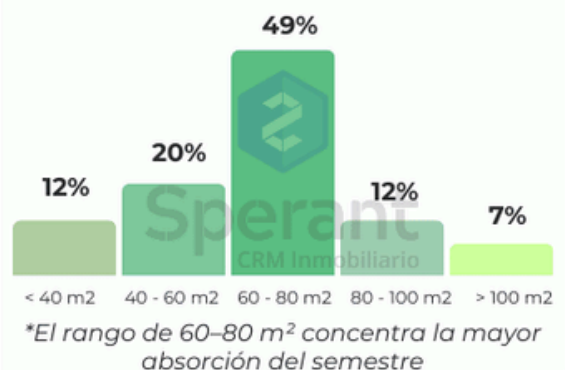
INTERÉS vs REALIDAD (COTIZADO → SEPARACIÓN)



PRECIOS DE CIERRE POR ZONA

Cantidad de proyectos	Distrito	PEN / m2	USD / m2
07	Cusco	S/ 6260	\$ 1677
17	Arequipa	S/ 4669	\$ 1675
06	Callao	S/ 4231	\$ -
10	Piura	S/ 3623	\$ -
16	Trujillo	S/ 2641	\$ 1342
01	Chiclayo	S/ 2593	\$ -

VENTAS POR METRAJE (M²)



MEDIO DE CAPTACIÓN #1

Redes Sociales **28%**

CANAL PRINCIPAL DE CIERRE

Sala de Ventas **33%**

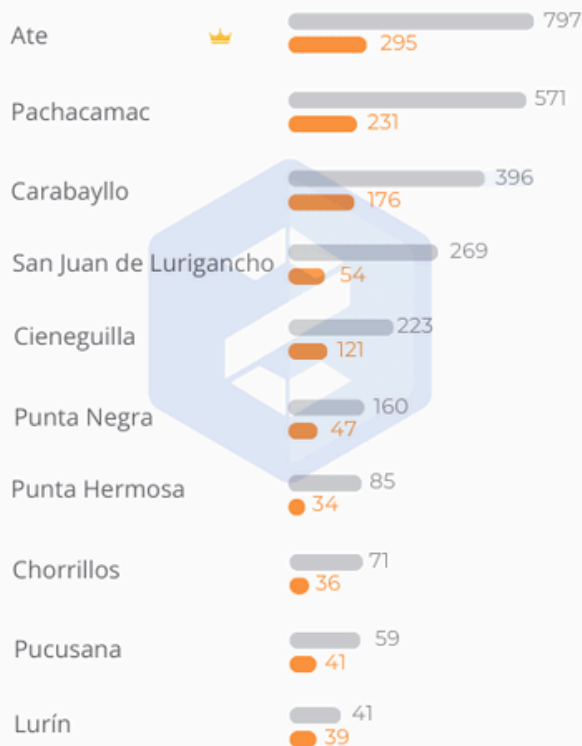
MERCADO HORIZONTAL: LIMA METROPOLITANA

Comportamiento de la demanda, precios y brechas de cierre en vivienda horizontal.



INTERÉS vs REALIDAD (COTIZADO → SEPARACIÓN)

■ INTERÉS
■ SEPARACIÓN



⚠ BRECHA DE DEMANDA

Zonas donde el interés supera ampliamente la capacidad de cierre real

1. San Juan de Lurigancho
2. Ate

"Pachacamac genera más cotizaciones que Carabayllo, pero tiene un menor porcentaje de separaciones."

PRECIO DE CIERRE DE VENTA (PEN / M²)



PRECIO DE CIERRE DE VENTA (USD / M²)



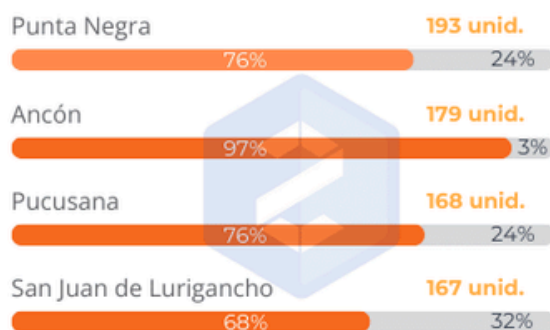
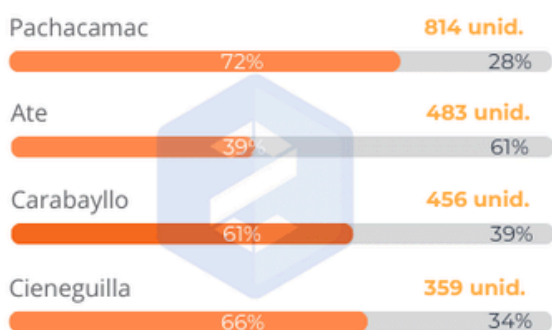
MERCADO HORIZONTAL: LIMA METROPOLITANA

Preferencias de área de terreno, inventario disponible y efectividad comercial en lotes.

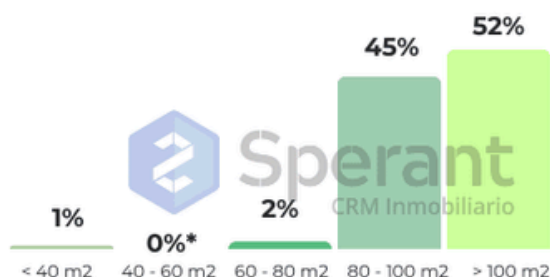
ESTADO DEL STOCK DE UNIDADES POR DISTRITO

● Unidades Disponibles

● Unidades Separadas



VENTAS POR METRAJE (M²)



*El rango de > 100 m² concentra la mayor absorción del semestre

* 0% sin ventas

DISTRITO CON MAYOR METRAJE EN UNIDADES

Los distritos de Ate, Carabayllo y Pachacamac lideran el volumen de ventas, destacando una alta demanda en unidades con superficies que oscilan entre los 80 y más de 100 m².

CAPTACIÓN



CANAL DE CIERRE



MERCADO HORIZONTAL: PROVINCIAS

Expansión urbana en el interior: Piura, Ica, Trujillo y Chiclayo.



INTERÉS vs REALIDAD

(COTIZADO → SEPARACIÓN)

■ INTERÉS ■ SEPARACIÓN

Chiclayo Proformas: 1,8k / Separación: 541



Ica Proformas: 1,1k / Separación: 597



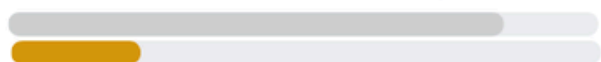
Piura Proformas: 1,1k / Separación: 308



Virú Proformas: 700 / Separación: 387



Cañete Proformas: 518 / Separación: 220



Huaral Proformas: 435 / Separación: 339



Trujillo Proformas: 414 / Separación: 226



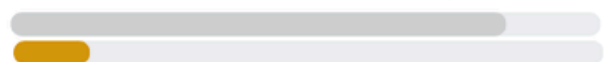
Pisco Proformas: 412 / Separación: 260



Chincha Proformas: 300 / Separación: 198

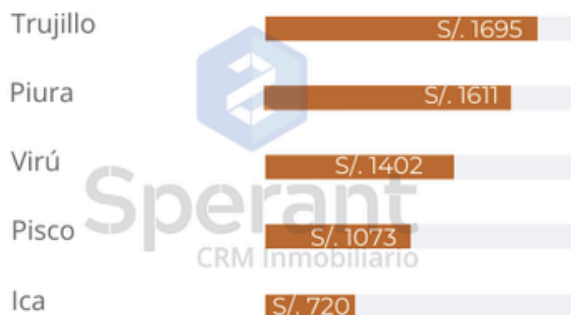


Tumbes Proformas: 264 / Separación: 115



Total separaciones: 3480

PRECIO DE SEPARACIÓN (PEN / M²)



PRECIO DE SEPARACIÓN (USD / M²)



MEDIO DE CAPTACIÓN #1

Referidos

37%

CANAL PRINCIPAL DE CIERRE

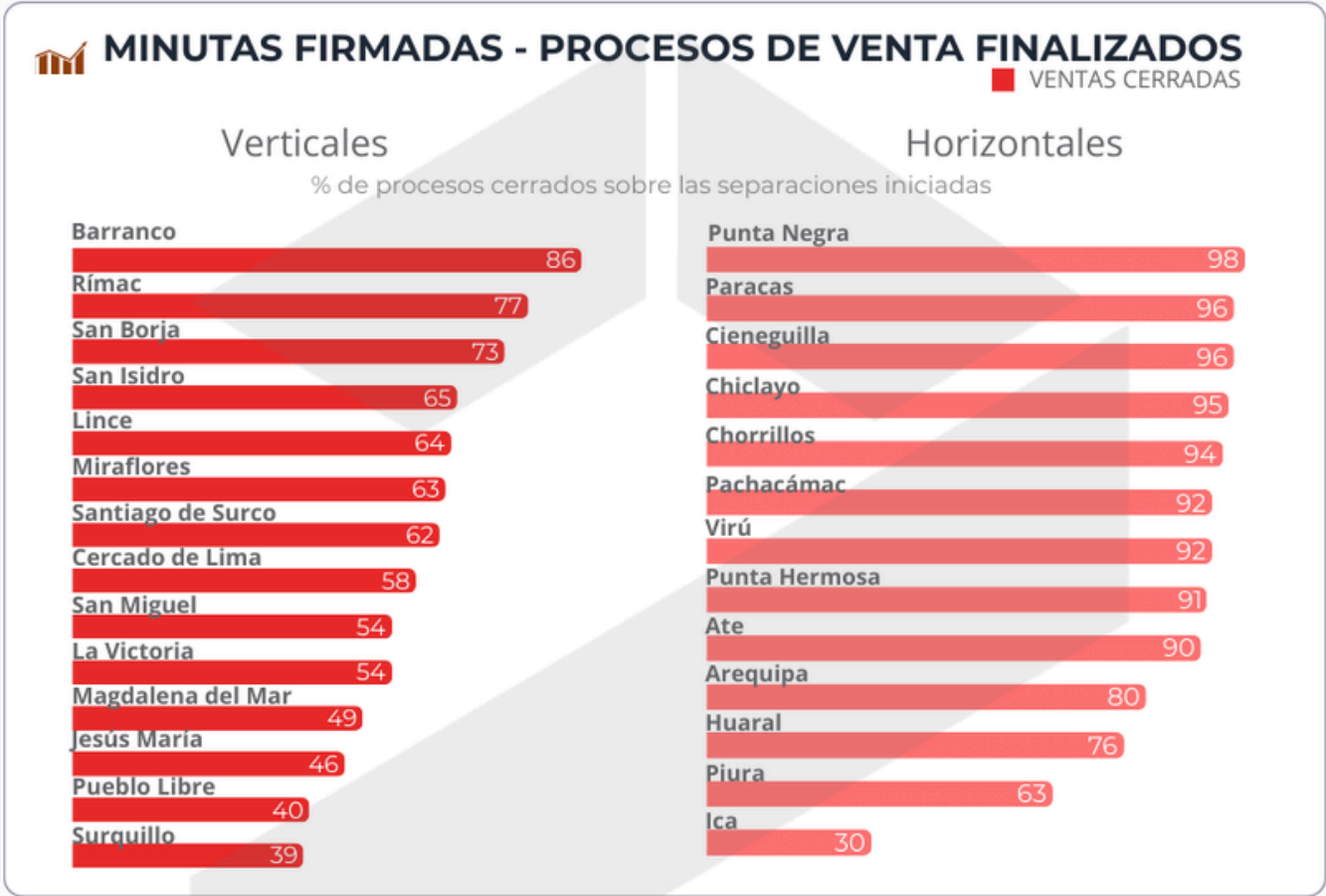
Sala de Ventas

20%

MERCADO DE CIERRES

LIMA Y PROVINCIAS

Desempeño Regional: Análisis de Cierres en Proyectos Verticales y Horizontales



ZONAS DE LIMA METROPOLITANA

Termómetro de ventas

	Velocidad de ventas (unid./mes)	Tasa absorción (Sep./Disp)	Precio m ² zonas de Lima Metropolitana	
			Soles	Dólares
Lima Moderna	111	21%	S/ 6,826.9	\$ 2,006.9
Lima Top	91	16%	S/ 8,428.8	\$ 2,543.3
Lima Centro	86	26%	S/ 5,725.8	\$ 1,468.3
Lima Sur	70	16%	S/ 5,747.9	\$ 2,642.8
Lima Norte	22	40%	S/ 4,260.9	-
Lima Este	19	27%	S/ 4,253.9	-

BENCHMARKING & EXPANSIÓN

Comparativo por tamaño de empresa y presencia en mercados internacionales.

COMPARATIVO PROMEDIO POR TAMAÑO DE INMOBILIARIA

PEQUEÑA < 3 proyectos	MEDIANA 3 - 10 proyectos	GRANDE > 10 proyectos
 Velocidad 6 Ventas / mes  Leads Creados < 2k Promedio / mes  Stock < 450 Unid. disponibles  Cantidad de Inmobiliarias en promedio 70-80	 Velocidad 13 Ventas / mes  Leads Creados 2k - 4k Promedio / mes  Stock 450 - 1k Unid. disponibles  Cantidad de Inmobiliarias en promedio 40-50	 Velocidad 56 Ventas / mes  Leads Creados > 4k Promedio / mes  Stock > 1000 Unid. disponibles  Cantidad de Inmobiliarias en promedio 30-40

EXPANSIÓN REGIONAL - OPERACIÓN INTERNACIONAL

Presencia operativa en países en la región



MÉXICO



ECUADOR



REPUBLICA DOMINICANA



CHILE

EFICIENCIA Y CIERRE

Ciclo de Venta: Tiempo de Cierre, Esfuerzo Comercial y Riesgos de Caída

🕒 DÍAS PARA VENDER (Ciclo Promedio Lead -> Cierre de venta)

VIVIENDA VERTICAL (DEPARTAMENTOS)

52 días

Creación de lead hasta inicio de Separación **23** hasta el cierre de venta **29**

El ciclo se alarga por pre-calificación bancaria y decisión familiar

VIVIENDA HORIZONTAL (LOTES)

32 días

Creación de lead hasta inicio de Separación **18** hasta el cierre de venta **14**

El financiamiento directo aceleran la decisión

ESFUERZO COMERCIAL



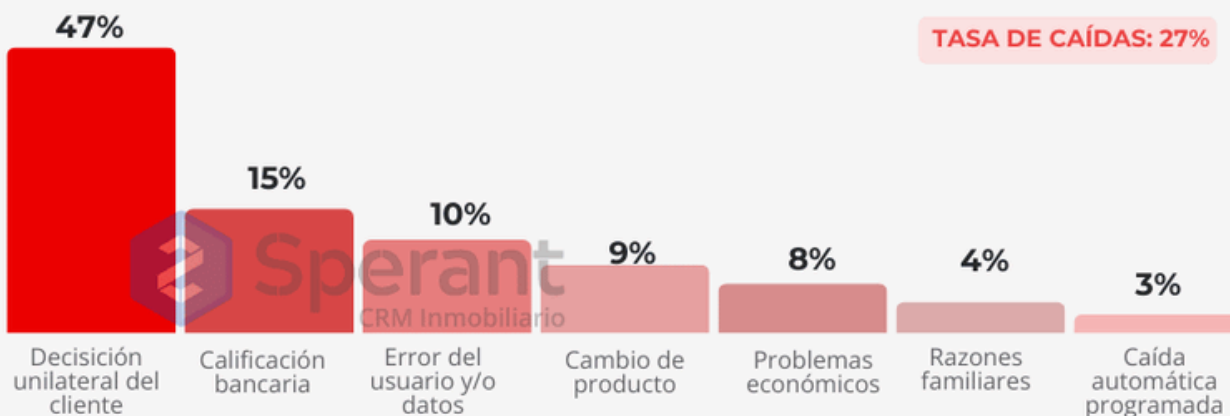
(Llamadas, WhatsApps, Correos y Visitas necesarios para cerrar 1 separación)

DESGLOSE DE INTERACCIONES



⚠️ MOTIVOS DE CAÍDAS (POST - SEPARACIÓN)

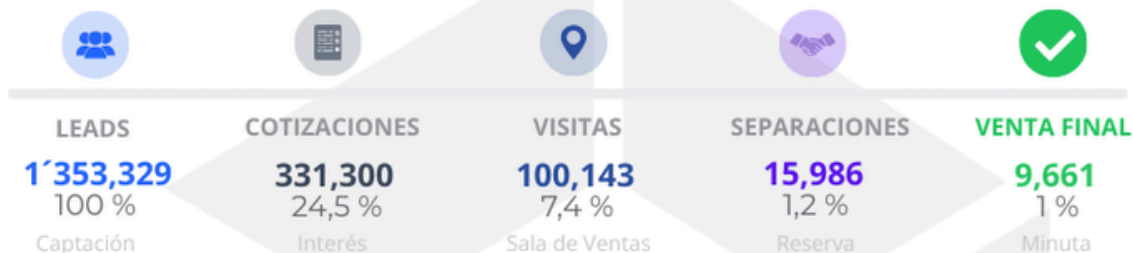
Principales razones de caídas (Otras razones 4%)



EMBUDO DE VENTAS & PERFIL DEL COMPRADOR

Conversión final, perfil generacional y métodos de financiamiento

EMBUDO DE CONVERSIÓN COMERCIAL

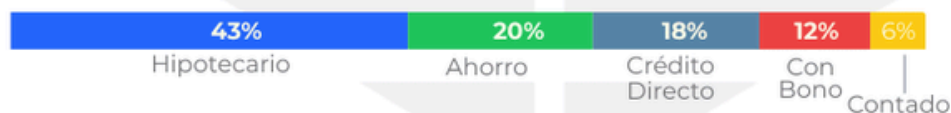


PERFIL DEL COMPRADOR



TIPOS DE FINANCIAMIENTO

Viviendas verticales Departamentos



Viviendas horizontales (Lotes y Casas)



HOJA DE RUTA 2026:

DECISIONES QUE ESCALAN



INSIGHT DE MERCADO: EL MIX PERFECTO

La batalla no es Vertical vs. Horizontal, es **Velocidad vs. Rentabilidad**. Mientras los lotes (Horizontal) ofrecen caja rápida para financiar la operación, los departamentos (Vertical) generan el margen y valor de marca a largo plazo. La estrategia ganadora para 2026 es un portafolio híbrido que equilibre liquidez y utilidad.



INSIGHT DE GESTIÓN: VELOCIDAD DE RESPUESTA

La inmediatez es hoy un estándar operativo. Según datos, **responder después de 4 horas reduce significativamente la contactabilidad**, por lo que mejorar estos indicadores exige automatización y flujos que aseguren contacto en los primeros minutos del lead.

INSIGHT TECH: AUTOMATIZAR PARA HUMANIZAR

La automatización no reemplaza al asesor; optimiza su foco. Delegar tareas operativas como agendamiento, confirmación de visitas y filtrado inicial a un ecosistema tecnológico (CRM Sperant + automatizaciones (IA) Sperant) permite liberar al equipo comercial para concentrarse en lo que realmente genera valor: **la conversación consultiva, la negociación y el cierre.**

“La ventaja competitiva hoy está en la velocidad de respuesta y el uso eficiente de los datos”



Sperant

CRM Inmobiliario

Tu perspectiva impulsa
nuestra evolución

Ayúdanos a mejorar: Escanea el código o accede al link para calificar la utilidad de este reporte semestral. Tu feedback es el motor de nuestra innovación



[Encuesta CRM Sperant](#)



Sperant

CRM Inmobiliario

APROBADO POR



Leandro Cortez Z.
GERENTE COMERCIAL

REALIZADO POR



Andrea Rivas
Jefe de Seguimiento y
Control



Vanesa Gutiérrez
Analista Comercial Jr



Talya Alvarez
Asistente Comercial Jr