



Indicadores Clave de Rendimiento (KPI), Para Auditoría III. Glosario básico

Jose Ignacio González Gómez

Departamento de Economía Financiera y Contabilidad - Universidad de La Laguna

www.jggomez.eu

Vers.2.3

Contenido

1	Principales indicadores y conceptos.....	2
1.1	Área de Producción.....	2
1.1.1	Costo promedio de producción.....	2
1.1.2	Porcentaje de la capacidad total utilizada	2
1.2	Area Comercial y Ventas.....	2
1.2.1	% de retorno de clientes.....	2
1.2.2	Consumo promedio por cliente.....	2
1.2.3	Ventas promedio por cliente o transacción	2
1.2.4	Abandono o pérdida de Clientes.....	3
1.2.5	Ventas por empleado.....	3
1.3	Márgenes.....	3
1.3.1	Márgenes: % Margen Bruto.....	3
2	Bibliografía.....	3

1 Principales indicadores y conceptos

Algunos ratios generales relacionados con las distintas áreas de la empresa

1.1 Área de Producción

1.1.1 Costo promedio de producción

Costo promedio de producción de artículos fabricados dentro de un mismo período productivo.

Fórmula:

$$\frac{(\text{Costos Fijos} + \text{Costos Variables})}{\text{Total de piezas producidas}} = \text{Total de producción.}$$

Unidad: Monetaria.

Dirección: Minimizar.

1.1.2 Porcentaje de la capacidad total utilizada

Muestra el porcentaje de la capacidad real de producción.

Fórmula:

$$(\text{Producción real en unidades} / \text{Producción objetivo en unidades}) \times 100.$$

Unidad: Porcentaje.

Dirección: Maximizar.

1.2 Area Comercial y Ventas

1.2.1 % de retorno de clientes

Porcentaje de clientes que regresan a consumir dentro del mismo periodo.

Fórmula:

$$(\text{Clientes recurrentes del periodo} / \text{Clientes del periodo}) \times 100.$$

Unidad: Porcentaje

Dirección: Maximizar

1.2.2 Consumo promedio por cliente

Relación entre el consumo promedio y los clientes que se tienen en el periodo.

Formula:

$$\text{Ingresos totales por ventas} / \text{Número total de clientes en el periodo.}$$

Unidad: Monetario.

Dirección: Maximizar

Frecuencia: Periodo seleccionado (mensual, trimestral, semestral, anual).

1.2.3 Ventas promedio por cliente o transacción

Ventas totales para un período determinado dividido entre el número de clientes o transacciones para el mismo período.

Formula:

$$\text{Ventas totales} / \text{Número de clientes.}$$

Unidad: Dinero

Dirección: Maximizar

Frecuencia: Periodo seleccionado (mensual, trimestral, semestral, anual).

1.2.4 Abandono o pérdida de Clientes

Tasa de abandono o pérdida de clientes en un periodo, se mide cuando los clientes terminan la relación al optar por no participar, dejar de comprar o elegir un competidor.

Pérdida de clientes en un periodo como porcentaje del total de clientes.

Formula:

Número de clientes perdidos en un periodo / Total de clientes.

Unidad: Porcentaje

Dirección: Minimizar

Frecuencia: Periodo seleccionado (mensual, trimestral, semestral, anual).

1.2.5 Ventas por empleado

Ventas en el periodo que se genera por empleado.

Formula:

Empleados en relación con la venta por servicio o producto.

Unidad: Dinero

Dirección: Maximizar

Frecuencia: Periodo seleccionado (mensual, trimestral, semestral, anual).

1.3 Márgenes

1.3.1 Márgenes: % Margen Bruto

% Margen Bruto (Gross margin %)

Muestra el porcentaje de beneficio de los ingresos totales.

Fórmula:

$(\text{Ingresos totales} - \text{Costo de las unidades vendidas}) / (\text{Ingresos totales}) \times 100.$

Unidad: Porcentaje.

Dirección: Maximizar.

2 Bibliografía

[¿Cómo medir la Cadena de Suministro? \(Supply Chain\) | Business Intelligence, Data Warehouse, Monterrey, México : Gravatar](#)

[El valor de Marketing y Ventas en el éxito de la empresa | Business Intelligence, Data Warehouse, Monterrey, México : Gravatar](#)