



# Indicadores Clave de Rendimiento (KPI)

## Para Contabilidad de Costes. Glosario básico Español Inglés

Jose Ignacio González Gómez  
Departamento de Economía Financiera y Contabilidad - Universidad de La Laguna

[www.jggomez.eu](http://www.jggomez.eu)

Vers.2.3

## Contenido

1	Principales indicadores y conceptos .....	2
1.1	Costo unitario promedio (Average unit cost) .....	2
1.2	% Margen Bruto (Gross margin %) .....	2
1.3	Consumo promedio por cliente (Average spend per customer) .....	2
1.4	Ventas promedio por cliente o transacción (Average sales per customer or transaction) .....	2
1.5	Ventas por empleado (Sales per employee) .....	2
1.6	Consumo promedio por cliente (Average Spend per Customer) .....	2
1.7	% Margen bruto del precio de venta ( Gross Margin as a % of selling price) .....	3
1.8	Promedio de Ingresos de venta por vendedor (Average sales revenue per sales person) .....	3
1.9	Otros: Costes .....	3
2	Bibliografía .....	3

# 1 Principales indicadores y conceptos

## 1.1 Costo unitario promedio (Average unit cost)

Costo promedio por unidad producida.

Fórmula:

$(\text{Costo unitario total}) / (\text{Cantidad total de unidades})$ .

Unidad: Monetaria.

Dirección: Minimizar.

## 1.2 % 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.

## 1.3 Consumo promedio por cliente (Average spend per customer)

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).

## 1.4 Ventas promedio por cliente o transacción (Average sales per customer or transaction)

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).

## 1.5 Ventas por empleado (Sales per employee)

Ventas en el periodo que se genera por empleado.

Formula:

$\text{Empleados en relación con la venta por servicio o producto}$ .

Unidad: Dinero

Dirección: Maximizar

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

## 1.6 Consumo promedio por cliente (Average Spend per Customer)

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

Formula:

Los ingresos totales por ventas / número total de clientes en el periodo.

Unidad: Dinero

Dirección: Maximizar

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

### 1.7 % Margen bruto del precio de venta ( Gross Margin as a % of selling price)

El margen bruto es el beneficio expresado como un porcentaje del precio de venta.

Formula:

Margen bruto: (Precio de venta – Precio de compra) / Precio de venta.

Unidad: Porcentaje

Dirección: Maximizar

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

### 1.8 Promedio de Ingresos de venta por vendedor (Average sales revenue per sales person)

Son los ingresos generados del vendedor en el período de medición.

Formula:

Ingreso total de venta / Total de Vendedores.

Unidad: Dinero

Dirección: Maximizar

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

### 1.9 Otros: Costes

Costes Fijos	Fixed costs
Costes Variables	Variable costs
Costes SemivARIABLES	semi-variable cost or semi-fixed cost or a mixed cost
Coste de subactividad	Subactivity costs
Costes de oportunidad	Opportunity Cost
Modelo costes completos	full costing
Modelo de costes directos o variables	Direc costing
Modelo de imputación racional	Allocation of fixed costs with normal capacity
Punto Muerto o Umbral de rentabilidad	Break Even Point
Punto de equilibrio en unidades vendidas	Break-even point in unit sales
Margen de contribución	Contribution Margin
Margen de contribución unitario	Unit contribution margin

## 2 Bibliografía

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

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