



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

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](#)