Indicadores clave de rendimiento (KPI)

De la Rosa Calderón Viviana Valeria
Galindo Aquino Isaí
Palacios Villegas Isis del Pilar
Rojas Arroyo Ariadna Lizbeth
Ruiz Ramírez Nancy
Toriz Cuautle María Sarahi

Indicadores Clave de Rendimiento (KPI)

Es una métrica de negocio para evaluar los factores que son cruciales para el éxito de una organización. El propósito de usar KPI es enfocar la atención en las áreas y procesos que la gerencia ha determinado como los más importantes para avanzar hacia metas y objetivos declarados.

Un KPI se diseña para mostrar cómo es el progreso en un proceso o producto en concreto, por lo que es un indicador de rendimiento. Existen KPI para diversas áreas de una empresa: compras, logística, ventas, servicio al cliente, etc. Las grandes compañías disponen de KPI que muestran si las acciones desarrolladas están dando sus frutos o si, por el contrario, no se progresa como se esperaba.

Los indicadores clave de desempeño son mediciones financieras o no financieras utilizadas para cuantificar el grado de cumplimiento de los objetivos; reflejan el rendimiento de una organización y generalmente se recogen en su plan estratégico. Estos KPI se utilizan en inteligencia de negocios para reflejar el estado actual de un negocio y definir una línea de acción futura.

- Manejar muchos datos pero no ser capaz de extraer conclusiones de ellos, porque no tienes claro qué es lo que quieres conseguir. Así que primero **tómate tu tiempo en definir cuál es tu estrategia** y cuáles tus objetivos, tanto si hablamos de tu negocio en general como si se trata de una acción o promoción en concreto.

MÉTRICAS

Si hablamos de métricas, nos referimos simplemente a **datos**. A números que obtenemos de una herramienta como puede ser **Google Analytics**, si hablamos de una web, o cualquiera de las herramientas de seguimiento de redes sociales, además de los datos que nos dan las propias redes (por ejemplo, nº de seguidores en Twitter, nº de RTs, de menciones….). **Todo eso son métricas**, datos en bruto, algunos de los cuales podemos utilizar como KPIs si nos interesa, pero no todos.

KPI’S

En general, **los KPIs suelen ser producto de operaciones matemáticas a partir de las métricas.** Aunque hay herramientas que pueden calcularlos por ti, si tu presupuesto es limitado o no quieres romperte la cabeza probando qué herramienta se adapta a lo que necesitas, muchos de ellos tendrás que elaborarlos tú mismo tirando de hoja de cálculo.

TIPOS DE KPI’S

Marketing digital

Financieros

Producción

Logística

Retail

Redes sociales

Ventas

- **1. KPI de ventas**

Están dirigidos a convertir en ventas y facturar un servicio o producto específico. Esta medición puede estar formada por unos 30 indicadores encargados de monitorizar las ventas (satisfacción del cliente, compromiso y motivación del equipo comercial, etc.).

- **2. KPI de redes sociales**

Resultan de gran valor cuando se quiere conocer el impacto pagado u orgánico de las publicaciones en las redes sociales, así como **la participación y la influencia** que tienen en el retorno de la inversión. Un parámetro que ayudará a conocer el rendimiento y lo que aportan estos canales al desarrollo de la empresa.

- **3. KPI retail**

Ideados para aumentar las ventas y reducir los gastos en comercios textiles y del sector consumo.

- **4. KPI de logística**

Específicos para calcular el rendimiento y el nivel de optimización de los distintos procesos del negocio (mejorar la calidad, incrementar la productividad, minimizar errores, etc.). Son la base sobre la que mejorar de forma continua dentro de una organización.

- **5. KPI de producción**

Estrechamente relacionados con el anterior y fundamentales para favorecer la mejora constante de los procesos de producción de la compañía.

- **6. KPI financieros**

Focalizados en una estrategia de crecimiento, reducción de costes, aumento de beneficios y optimización de activos.

- **7. KPI marketing digital**

Ayudan en la medición del rendimiento de las operaciones destinadas a conseguir leads, conversiones en cada campaña, influenciar en el público objetivo, los impactos de un banner... Y donde es importante **conocer qué hace cada acción**. Por eso cada indicador en el marketing digital debe ir acompañado de un valor específico que

Las empresas tienen la oportunidad de disponer de determinados datos que les ayudan a mejorar el desarrollo de su plan de

Conclusión

En conclusión, las empresas tienen la oportunidad de disponer de determinados datos que les ayuden a mejorar el desarrollo de su plan de negocio. Unos datos que han de ser recogidos gracias a diferentes tipos de KPIs que consigan **maximizar su rendimiento** dependiendo de su actividad y sector.

Gracias a ellos serán capaces de gestionar y desarrollar mejores

Bibliografías

Unknown , 2018, **Indicadores Clave de Rendimiento (KPI)** Recuperado de: http://merkelectro.blogspot.com/2018/11/54-indicadores-clave-de-rendimiento-kpi.html

Rocamora Javier, 2019, **KPIs para eCommerce: 8 indicadores para optimizar tu estrategia y vender (más)** Recuperado de: https://marketing4ecommerce.mx/kpis-para-ecommerce-indicadores-basicos-para-tu-ecommerce/

Redaccion APD, 2019, ¿Qué son y qué tipos de KPIs existen? Recuperado de: https://www.apd.es/tipos-de-kpis/

GRACIAS.