



26 de junio de 2024

Participantes de Curso,

La siguiente tabla contiene algunos ejemplos de posibles indicadores de desempeño de negocio que pueden implementar en sus trabajos. Los indicadores son para saber que tan bien estamos realizando nuestras actividades como personas o del grupo. Pero el indicador como se ve en el curso se diseña en base al comportamiento de los resultados que se desean ver.

Indicador	Unidad de Medida	Método de Cálculo	Uso
Finanzas			
Margen de Beneficio Bruto	Porcentaje	$(\text{Ingresos} - \text{Costo de Ventas}) / \text{Ingresos} * 100$	Evaluar la rentabilidad de las ventas antes de gastos operativos.
EBITDA	Moneda (Ej. MXN, USD)	Ingresos - Gastos Operativos + Depreciación	Medir el rendimiento financiero sin considerar gastos no operativos.
Retorno sobre la Inversión (ROI)	Porcentaje	$(\text{Ganancia Neta} / \text{Costo de Inversión}) * 100$	Evaluar la eficiencia de una inversión.
Flujo de Caja Operativo	Moneda (Ej. MXN, USD)	Ingresos Operativos - Gastos Operativos	Determinar la liquidez generada por operaciones diarias.
Deuda a Largo Plazo	Moneda (Ej. MXN, USD)	Total de Deuda a Largo Plazo	Evaluar la carga de deuda de la empresa.
Operaciones			
Tiempo de Ciclo de Producción	Horas/Días	Tiempo Total de Producción / Número de Unidades	Medir la eficiencia del proceso de producción.
Tasa de Defectos	Porcentaje	$(\text{Unidades Defectuosas} / \text{Total de Unidades Producidas}) * 100$	Evaluar la calidad del producto.
Tasa de Utilización de la Capacidad	Porcentaje	$(\text{Producción Real} / \text{Capacidad Máxima}) * 100$	Medir la eficiencia en el uso de los recursos disponibles.
Índice de Desperdicio	Porcentaje	$(\text{Desperdicio} / \text{Material Total Utilizado}) * 100$	Evaluar la eficiencia en el uso de materiales.
Tiempo de Inactividad	Horas	Tiempo Total de Inactividad	Determinar el tiempo en que los recursos no están operativos.
Ventas y Marketing			
Tasa de Conversión de Ventas	Porcentaje	$(\text{Clientes Potenciales} / \text{Clientes Convertidos}) * 100$	Evaluar la eficacia de las estrategias de venta.



Costo de Adquisición de Cliente (CAC)	Moneda (Ej. MXN, USD)	Costos de Marketing / Número de Clientes Nuevos	Medir la eficiencia del gasto en marketing.
Valor de Vida del Cliente (CLV)	Moneda (Ej. MXN, USD)	(Valor Promedio de Compra * Frecuencia de Compra) * Vida del Cliente	Determinar el valor total que un cliente aporta durante su relación con la empresa.
Tasa de Retención de Clientes	Porcentaje	((Número de Clientes Final - Número de Clientes Nuevos) / Número de Clientes Inicial) * 100	Evaluar la lealtad de los clientes.
Participación de Mercado	Porcentaje	(Ventas de la Empresa / Ventas Totales del Mercado) * 100	Medir la posición competitiva en el mercado.
Recursos Humanos			
Tasa de Retención de Empleados	Porcentaje	((Número de Empleados Final - Número de Empleados Nuevos) / Número de Empleados Inicial) * 100	Evaluar la capacidad de retener talento.
Tasa de Absenteeismo	Porcentaje	(Días de Ausencia / Días de Trabajo Programados) * 100	Medir el nivel de ausencias de los empleados.
Promedio de Capacitación por Empleado	Horas	Total de Horas de Capacitación / Número de Empleados	Evaluar la inversión en desarrollo de empleados.
Tiempo de Contratación	Días	Tiempo Total para Contratar / Número de Nuevas Contrataciones	Medir la eficiencia del proceso de contratación.
Satisfacción del Empleado	Índice	Encuestas de Satisfacción	Evaluar el bienestar y la motivación de los empleados.
Atención al Cliente			
Tiempo de Resolución de Problemas	Horas/Días	Tiempo Total para Resolver Problemas / Número de Problemas Resueltos	Medir la eficiencia en la resolución de problemas de los clientes.
Tasa de Satisfacción del Cliente	Porcentaje	Encuestas de Satisfacción	Evaluar la satisfacción general de los clientes.
Tasa de Retención de Clientes	Porcentaje	((Número de Clientes Final - Número de Clientes Nuevos) / Número de Clientes Inicial) * 100	Evaluar la lealtad de los clientes.



Promedio de Tiempo de Respuesta	Horas/Minutos	Tiempo Total de Respuesta / Número de Respuestas	Medir la eficiencia en la atención a consultas de los clientes.
Índice de Repetición de Clientes	Porcentaje	$(\text{Número de Clientes Recurrentes} / \text{Número Total de Clientes}) * 100$	Evaluar la fidelidad de los clientes.