

Para lograr un buen resultado, se necesita que haya una comunicación precisa entre clientes, procesadores y proveedores. Esta se logra cuando se “dice con números”. Para esto es necesario crear un sistema de medidas.

La evaluación de las actividades de una empresa se basa en el análisis del cumplimiento de los objetivos y metas. Para ello se utilizan diversos indicadores, mediciones de desempeño.

**Propósitos de la medición:**

- Mostrar los resultados reales de la aplicación de proceso.
- Detectar problemas y oportunidades actuales y potenciales.
- Contar con elementos para una evaluación objetiva y tomar decisiones fundamentadas.
- Determinar acciones correctivas y preventivas.

**Establecimiento de Criterios de Medición**

Todo resultado requiere indicadores para medir el nivel de logro de los objetivos. Para ser útiles, las mediciones deben ser fáciles de usar, confiables y deben calificar los elementos esenciales que determinan el desempeño.

**Indicadores de medición:**

Es una unidad de medida que se establece para verificar el cumplimiento de los objetivos y metas.

**Ejemplos de indicadores de medición.**

Cualitativos:	Cuantitativos:
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfacción del cliente (percepción).</li> <li>• Imagen de la empresa.</li> <li>• Actualización del personal.</li> <li>• Motivación del personal.</li> <li>• Calidad de la información.</li> <li>• Percepción de la marca.</li> <li>• Clima laboral.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presupuesto asignado al área.</li> <li>• Ventas en volumen o en \$.</li> <li>• % de efectividad.</li> <li>• Margen de Rentabilidad.</li> <li>• Tiempo de respuesta.</li> <li>• Número de clientes actuales, nuevos.</li> <li>• Número de personas capacitadas.</li> <li>• Participación de mercado.</li> </ul>

**KPI's (Key Performance Indicators)**

Estos son los **indicadores** con un **significado estratégico** que se perciben como **críticos** en el negocio.  
 No todos los indicadores existentes son KPI's, solo los críticos.