

KPI

Posted on 18. septiembre 2025 by Mia

Un **KPI** (indicador clave de rendimiento) es un **valor de referencia clave** que permite medir el éxito de **acciones, procesos o estrategias**. Los **KPIs** ayudan a las empresas a hacer sus **objetivos medibles** y a evaluar de **forma objetiva el progreso**, ya se trate de **marketing, ventas, atención al cliente o gestión de proyectos**.

Un **KPI** siempre está vinculado a un **objetivo concreto**. En el **marketing online**, algunos ejemplos son:

- **Tasa de conversión:** proporción de visitantes que realizan una compra o envían una consulta.
- **Tasa de clics (CTR):** cuántos usuarios hacen clic en un anuncio.
- **Tiempo de permanencia:** cuánto tiempo permanecen los visitantes en el sitio web.
- **Tasa de rebote:** cuántos visitantes abandonan la página inmediatamente.
- **Ingresos o ROAS (retorno de la inversión publicitaria):** cuánto dinero genera una campaña publicitaria en relación con sus costes.

Ejemplo: si el objetivo de una campaña es **conseguir nuevos suscriptores a la newsletter**, el número de registros semanales sería un **KPI** adecuado. Solo con estas **métricas** claramente definidas es posible reconocer si las acciones están teniendo éxito y si es necesario realizar ajustes.

Importante: los KPIs deben ser **específicos, medibles, relevantes y orientados a objetivos**. **Demasiados KPIs, o mal seleccionados, diluyen el enfoque**. Bien utilizados, en cambio, ofrecen **orientación, transparencia y permiten tomar decisiones basadas en datos**.