**Indicadores de un cuadro de mando**

|  |  |
| --- | --- |
| **Conceptos** | **Definición** |
| **Objetivos corporativos** | Es un fin deseado cuyo cumplimiento es la clave para la consecución de la estrategia. |
| **Perspectivas** | Se enmarcan en los objetivos estratégicos del negocio, por lo que son elementos de actuación del CMI que ayudan a mantener la visión, aquí se contempla:   * **Financiera**: estos son objetivos relacionados con la contabilidad de la organización y otros datos económicos. Por ejemplo, puede hablar de objetivos como aumentar las ventas, reducir los costos directos y aumentar la rentabilidad, etc. * **Cliente**: el objetivo es enfocarnos en la satisfacción y lealtad del cliente a través de nosotros. Esta perspectiva se enfoca en aspectos como el segmento de mercado, la imagen de marca y el valor agregado de nuestros productos/servicios. Puede utilizar métricas como participación o cuota de mercado, retención de clientes, satisfacción del cliente y rentabilidad por cliente. * **Proceso interno**: se centra en los procesos internos que son críticos para satisfacer las necesidades del cliente con fines relacionados con la reducción de los costos operativos, la mejora del rendimiento del producto o la garantía de la calidad del producto/servicio. Esta sección proporciona métricas como la cantidad de quejas y devoluciones, la cantidad de defectos encontrados en el producto y los márgenes ganados por productos nuevos o nuevos o productos existentes. * **Aprendizaje y crecimiento**: se basa en las habilidades y herramientas que los empleados necesitan para lograr sus objetivos estratégicos. Aquí hay espacio para objetivos relacionados con la capacitación y el desarrollo de habilidades del personal, una mayor motivación y coordinación, o un mejor uso de herramientas como los sistemas de información para mejorar la gestión de la cadena de valor y facilitar la prestación de servicios. Los indicadores utilizados están relacionados con la satisfacción de los empleados, el nivel de productividad del personal y el nivel de calificación o inversión en sistemas técnicos y de información. |
| **Indicadores** | Son las reglas de cálculo y/o indicadores de control que se utilizan para medir y evaluar el logro de metas estratégicas, dado que su selección y definición son muy importantes ya que impulsarán a la organización en la dirección correcta. Es un problema. no. Hay dos tipos de indicadores.   * Inductores: miden las acciones que realizan para conseguir el objetivo. * Resultado: miden el grado de obtención de los resultados.   Las características de los indicadores son:   * Ligados a la estrategia. * Cuantitativos. * Accesibles. * De fácil comprensión. * Contrabalanceados. * Relevantes. * Definición común.   Deben definir los siguientes parámetros:   * Pasado/Futuro. * Frecuencia. * Tipo de unidad. * Fórmula. * Fuente de datos. |
| **Meta** | Este es el objetivo que desea lograr para un rango particular de indicadores. En general, las metas son desafiantes pero alcanzables y deben establecerse con la periodicidad adecuada para corregir las desviaciones antes de que sea demasiado tarde. |
| **Mapas estratégicos** | Es una herramienta que representa visualmente la totalidad de la estrategia de la organización, desplegando funciones de: planificación, evaluación, optimización y reestructuración. |
| **Proyectos estratégicos** | Tiene como finalidad principal realizar acciones que contribuyan a los intereses integrales de los territorios geográficos y económicos del estado, promoviendo y asegurando el crecimiento y desarrollo del estado de acuerdo con las necesidades de cada municipio y/o región. |