**Análisis de Indicadores y Panel de Control para la Mejora de Procesos en Cine Júpiter**

***Sección: ASY5131 007-D***

***Fecha:14/06/2025***

***Integrantes: Ignacio Espinosa, José Oporto y Matías Flores***

1. **Indicadores: Fichas KPI y KRI**

**KPI (Key Performance Indicators)**

**1. Tasa de conversión de ventas online**

* **Objetivo:** Medir la efectividad de la plataforma online en convertir visitas en compras.
* **Fórmula:** (Número de entradas vendidas online / Número de visitas a la plataforma) × 100
* **Unidad de medida:** Porcentaje (%)
* **Frecuencia:** Semanal
* **Umbrales:**

Deficiente < 10%

Regular 10% – 20%

Excelente> 20%

* **Interpretación:** Si es baja, indica fallos en usabilidad, carga lenta o procesos complejos de compra.

**2. Proporción de ventas online vs. ventas presenciales**

* **Objetivo:** Identificar la dependencia del canal presencial y anticipar problemas si falla la venta online.
* **Fórmula:** (Entradas vendidas online / Total de entradas vendidas) × 100
* **Unidad de medida**: Porcentaje **(%)**
* **Frecuencia de medición:** Semanal
* **Umbrales y semáforo de gestión:**
  + Deficiente < 30%
  + Regular 30% – 50%
  + Excelente > 50%
* **Interpretación:** Si el porcentaje online es muy bajo, el negocio depende del canal presencial y podría verse afectado ante contingencias como cierres físicos, fallos técnicos, o falta de atención digital.

**3. Porcentaje de ocupación de salas**

* **Objetivo:** Analizar el nivel de utilización de las salas.
* **Fórmula:** (Butacas ocupadas / Butacas totales disponibles) × 100
* **Unidad de medida:** Porcentaje (%)
* **Frecuencia:** Diario/Semanal
* **Umbrales:**
  + Deficiente< 40%
  + Regular 40% –60%
  + Excelente > 60%
* **Interpretación:** Baja ocupación puede sugerir mala programación o publicidad ineficiente.

**KRI (Key Risk Indicators)**

**KRI 1 – Porcentaje de reclamos por productos no retirados**

* **Nombre:** Porcentaje de reclamos por productos no retirados
* **Objetivo:** Anticipar problemas logísticos o de experiencia del cliente en el retiro de alimentos.
* **Fórmula de cálculo: (Tickets no retirados / Tickets emitidos) x 100**
* **Unidad de medida:** Porcentaje (%)
* **Frecuencia de medición:** Semanal
* **Umbrales de gestión:**
  + Deficiente: Más del 10%
  + Regular: Entre 5% y 10%
  + Excelente: Menos del 5%
* **Interpretación:** Un alto porcentaje de tickets no retirados indica posibles demoras, desorganización o falta de comunicación al cliente.

**KRI 2 – Tasa de fallos en la plataforma online**

* **Nombre:** Tasa de fallos en la plataforma online
* **Objetivo:** Detectar la frecuencia de errores en la plataforma digital para anticipar problemas operacionales.
* **Fórmula de cálculo: (Errores reportados / Total de sesiones) x 100**
* **Unidad de medida:** Porcentaje (%)
* **Frecuencia de medición:** Semanal
* **Umbrales de gestión:**
  + Deficiente: Más del 5%
  + Regular: Entre 2% y 5%
  + Excelente: Menos del 2%
* **Interpretación:** Una plataforma con alta tasa de fallos afecta la experiencia de compra, genera pérdida de ventas y baja confianza en el canal online.

**KRI 3 – Número de incidentes reportados en salas**

* **Nombre:** Número de incidentes reportados en salas
* **Objetivo:** Identificar riesgos de seguridad, confort o funcionamiento dentro de las salas.
* **Fórmula de cálculo: Conteo total de incidentes por semana**
* **Unidad de medida:** Número
* **Frecuencia de medición:** Semanal
* **Umbrales de gestión:**
  + Deficiente: Más de 4 incidentes semanales
  + Regular: Entre 2 y 4
  + Excelente: Menos de 2
* **Interpretación:** Un número elevado de incidentes puede alertar sobre fallas de mantenimiento, sobrecupo o problemas en protocolos de seguridad.