1. Indicadores estratégicos:

KPI: Tasa de crecimiento de la base de clientes Fórmula: ((Número de clientes al final del período - Número de clientes al inicio del período) / Número de clientes al inicio del período) x 100 Finalidad: Medir el aumento porcentual de la base de clientes en relación con el objetivo establecido del 20%.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | KPI: Tasa de crecimiento de la base de clientes | Fórmula: ((Número de clientes al final del período - Número de clientes al inicio del período) / Número de clientes al inicio del período) x 100 | Finalidad: Medir el aumento porcentual de la base de clientes en relación con el objetivo establecido del 20%. |

1. Indicadores predictivos:

KPI: Tasa de conversión de leads en clientes Fórmula: (Número de nuevos clientes adquiridos / Número total de leads generados) x 100 Finalidad: Evaluar la efectividad de las estrategias de marketing y ventas para convertir leads en nuevos clientes y anticipar el cumplimiento del objetivo.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | Tasa de conversión de leads en clientes. (persona o empresa que ha mostrado interés en los productos o servicios de una compañía, pero aún no ha realizado una transacción comercial con ella) | Fórmula: (Número de nuevos clientes adquiridos / Número total de leads generados) x 100 | Finalidad: Evaluar la efectividad de las estrategias de marketing y ventas para convertir leads en nuevos clientes y anticipar el cumplimiento del objetivo. |

1. Indicadores operativos:

a. KPI: Número de proyectos adquiridos por sector Fórmula: Número de proyectos adquiridos en cada sector Finalidad: Monitorear la diversificación de proyectos en distintos sectores y evaluar el alcance de la meta de adquirir al menos 10 nuevos proyectos.

b. KPI: Retorno de inversión (ROI) en marketing digital Fórmula: (Ganancias generadas por marketing digital - Inversión en marketing digital) / Inversión en marketing digital Finalidad: Medir la rentabilidad de las estrategias de marketing digital implementadas para alcanzar el objetivo de crecimiento de la base de clientes.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | KPI: Número de proyectos adquiridos por sector | Fórmula: Número de proyectos adquiridos en cada sector | Finalidad: Monitorear la diversificación de proyectos en distintos sectores y evaluar el alcance de la meta de adquirir al menos 10 nuevos proyectos. |
| 2 | KPI: Retorno de inversión (ROI) en marketing digital | Fórmula: (Ganancias generadas por marketing digital - Inversión en marketing digital) / Inversión en marketing digital | Finalidad: Medir la rentabilidad de las estrategias de marketing digital implementadas para alcanzar el objetivo de crecimiento de la base de clientes. |

Con estos indicadores y KPIs, la empresa podrá monitorear y evaluar el progreso en el logro del objetivo propuesto, así como realizar ajustes en sus estrategias y acciones si es necesario.

Calidad: Mantener un enfoque en la entrega de productos y servicios de alta calidad, asegurando que las soluciones informáticas cumplan con los requisitos del cliente y superen sus expectativas.

Innovación: Fomentar la creatividad y la adopción de nuevas tecnologías y metodologías para ofrecer soluciones de vanguardia a los clientes.

Responsabilidad social y ambiental: Comprometerse con prácticas sostenibles y contribuir al bienestar de la comunidad y al cuidado del medio ambiente.

Final del formulario