

Hoja informativa: Métricas y embudos

La **facturación**, o **ingresos brutos**, es la cantidad de dinero que los clientes pagaron a la empresa.

El **costo primo** es el dinero que la empresa gasta para obtener un producto.

El **beneficio bruto** es la diferencia entre la facturación y el costo directo.

El **margen de beneficio bruto**, o **margen bruto**, es la relación entre el beneficio bruto y los ingresos.

Los **gastos operativos** son los gastos de la empresa en las actividades principales.

El **beneficio operativo** es la diferencia entre el beneficio bruto y los gastos operativos.

El **margen operativo** es la relación entre el beneficio operativo y los ingresos.

El **beneficio neto** es la diferencia entre el beneficio operativo y los impuestos y préstamos.

El **ROI (retorno de la inversión)** es una métrica de la calidad de la inversión. Se calcula mediante la fórmula $ROI = (\text{beneficio neto} - \text{inversiones}) / \text{inversiones}$.

El **ROMI (retorno de la inversión en marketing)** es una métrica de la calidad de la inversión para las campañas de marketing. Su fórmula es $ROMI \text{ de la campaña publicitaria} = \text{beneficio bruto de la campaña} / \text{gastos}$.

La **tasa de conversión** es la proporción de personas que cambiaron su estado dentro de un proceso comercial.

Los **embudos** representan una forma de mostrar el camino que siguen los usuarios para comprar un producto y la proporción de usuarios que pasan a la siguiente fase.

El **CTR (tasa de clics)** es la conversión de impresiones de anuncios publicitarios en clics: $CTR = \text{clics} / \text{impresiones} * 100\%$.

El **CR** (tasa de conversión) es la conversión de clics en inscripciones: **CR =**
inscripciones / clics * 100% .