

LEAN CANVAS

**MÉTRICAS- VENTAJA DIFERENCIAL-
CANALES**



Lean Canvas es una adaptación del Business Model Canvas (<http://www.businessmodelgeneration.com>) y está bajo la licencia de *Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License* (Creatividad Común con Reconocimiento-Compartir bajo la misma licencia 3.0)
 Fue adaptado por <http://runninglean.co/> y traducido al español por <http://leanstart.es>

MÉTRICAS/ INDICADORES

¿Cómo sabes que lo estás haciendo bien?

- Vinculación y/o relación de variables CLAVES que permite conocer el estado de las cosas.
- Algo que se utiliza para dar a entender una cosa con indicios o señales.



MÉTRICAS/ INDICADORES

SIRVEN PARA:

- Informar sobre la marcha de la organización o el resultado de una decisión.
- Determinar si el proyecto es exitoso.
- Detectar/prevenir desviaciones en el logro de objetivos.



MÉTRICAS/ INDICADORES

COMO ARMARLOS

- 1. Definir qué se hace
- 2. Definir qué se desea medir
- 3. Definir quién va a usar la información
- 4. Definir cada cuánto tiempo



MÉTRICAS/ INDICADORES

CONDICIONES

- Ser **relevantes** para la gestión
- Ser **inequívocos**, que no permitan interpretaciones contrapuestas
- Ser **entendibles y coherentes**



MÉTRICAS/ INDICADORES

TIPOS DE INDICADORES

- De Procesos: miden que sucede con las actividades.
- De Resultados: miden las salidas. Indican el grado de consecución de objetivos.



MÉTRICAS/ INDICADORES

TIPOS DE INDICADORES

- De Eficacia: Se enfocan en qué se debe hacer.
- De Eficiencia: Se concentran en cómo se hicieron las cosas, y miden el rendimiento de los recursos.

MÉTRICAS/ INDICADORES

- **INDICADORES PARA STARTUPS**

- ▶ **% Adquisición = ¿Cómo te encuentran?**

- ▶ **% Activación = ¿Tienen una buena 1ª experiencia?**

- ▶ **% Retención = ¿Vuelven más veces?**

- ▶ **% Monetización = ¿Ganas dinero?**

- ▶ **% Referencia = ¿Se lo dicen a otros?**

MÉTRICAS/ INDICADORES

► INDICADORES OPERATIVOS

- A. Indicadores de Producción
- B. Indicadores de Recursos Humanos
- C. Indicadores Comerciales

MÉTRICAS/ INDICADORES

A. Indicadores de Producción

- Productividad (Hs. Hombre)
- Capacidad de producción
- % Desperdicio

MÉTRICAS/ INDICADORES

A. Indicadores de RRHH

- Ausentismo/ Enfermedad
- Participación
- Rotación
- Quejas

MÉTRICAS/ INDICADORES

A. Indicadores Comerciales

- Cumplimientos de objetivos de Ventas
- Evolución de Ventas
- Participación de Mercado
- Clientes nuevos
- Incremento de clientes

VENTAJA COMPETITIVA / INJUSTA



Ventaja sobre los competidores que se adquiere al ofrecer mayor valor a los clientes.

Para ser realmente efectiva, una ventaja competitiva debe ser:

- * **Difícil de imitar**
- * **Sostenible en el tiempo**
- * **Netamente superior a la competencia**
- * **Aplicable a situaciones variadas**
- * **Íntimamente relacionada con el núcleo del negocio**

VENTAJA COMPETITIVA / INJUSTA

- **ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN**

1. Por medio del Producto: Se basa en las características del producto/ servicio, como la calidad.
2. Por medio del Personal: Cuando está bien entrenado/ conoce la empresa o producto/ es amable.
3. Por medio del Canal de Distribución: Ej: Avon, Coca-Cola.
4. Por medio de la Imagen: La manera en que el público percibe a la empresa o sus productos.

CANALES

- Como hago llegar mi producto a mi cliente.
- Medio por el cual el producto pasa del productor al consumidor.
- Puede generar una ventaja competitiva.

CANALES

- TIPOS DE CANALES

A. Distribución Directa: Productor-
Consumidor Final

B. Distribución Indirecta: Productor,
Consumidor final y (al menos) un intermediario.