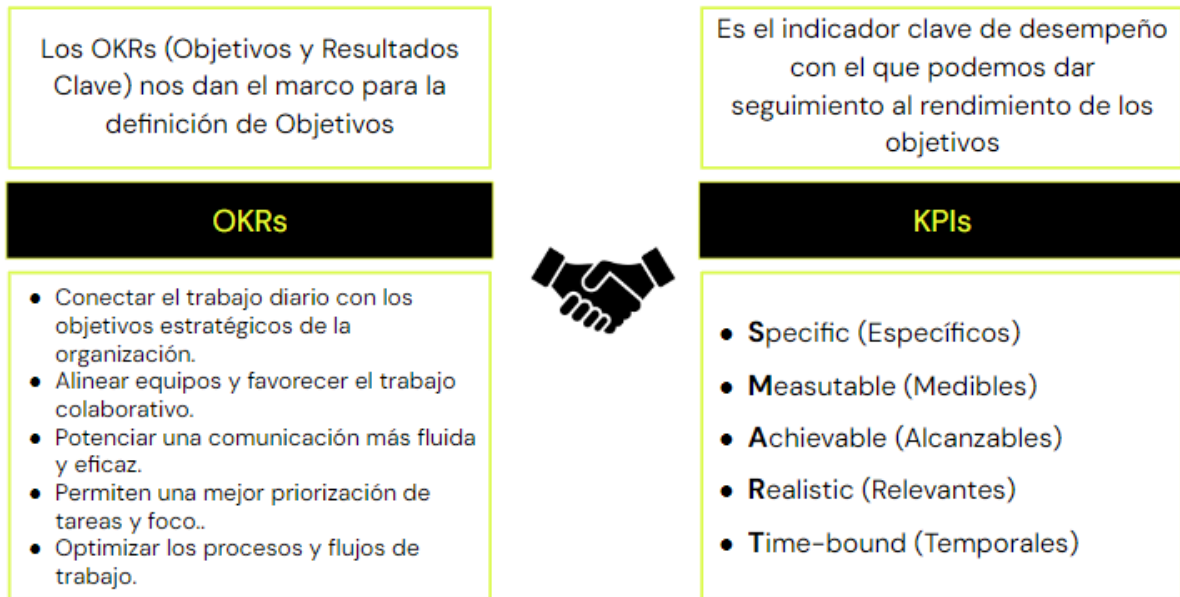


# OKRs, KPIs, métricas y Business Model Canvas

## OKRs y KPIs



**OKR = Objective (objetivo) + Key Activities (Actividades clave) + Results (resultados)**

### OBJECTIVE (Objetivo)

Son los objetivos que definen una dirección clara hacia donde hay que ir  
*¿Hacia dónde necesito ir?*

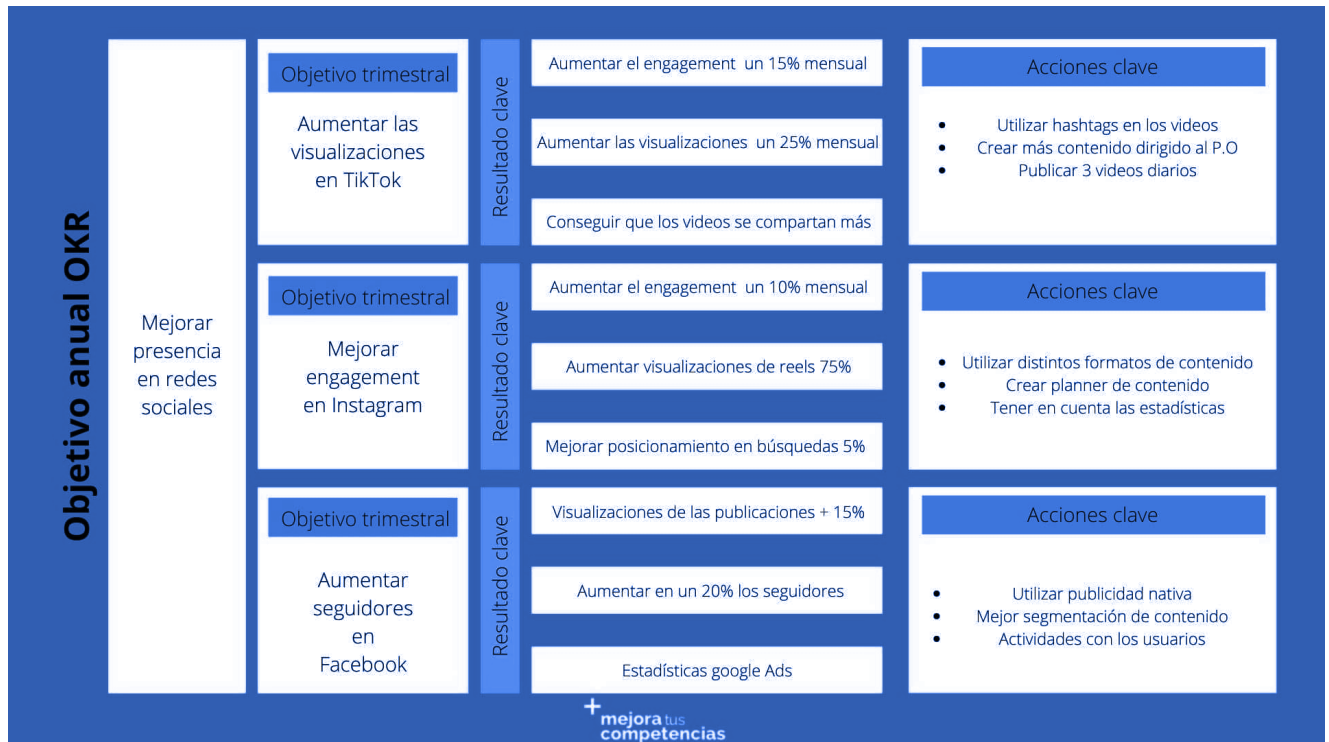
### KEY ACTIVITIES (Actividades Claves)

Son acciones que necesitaremos llevar a cabo para alcanzar los objetivos  
*¿Qué tengo que hacer para llegar ahí?*

### RESULTADOS

Los pasos que miden el progreso hacia la consecución de los objetivos  
*¿Cómo sé que estoy llegando al objetivo?*

## Ejemplo de definición de OKRs



**KPI = Performance + Key + Indicator (Indicador clave de rendimiento)**

Los KPIs más utilizados, según objetivo:

- ✓ **Adquisición:** CPL – Tasa de interacción (anuncios o social media)
- ✓ **Activación:** CPA – Tasa de conversión – Registros – Duración/Páginas x sesión – Tasa de eventos en la página/app – AOV (Ticket promedio)
- ✓ **Retención:** Usuarios activos – Engagement – Eventos por usuarios recurrentes
- ✓ **Referidos:** Usuarios referidos activos
- ✓ **Ingresos:** Churn rate – ROI – LTV – ARPU – Revenue por canal – CRO (Conversion Rate Optimization)



## Métricas del embudo AARRR para impulsar el crecimiento

Comencemos por el cuadro comparativo entre OKRs (Objectives and Key Results), KPIs (Key Performance Indicators) y Objetivos SMART.

	OKRs	KPIs	Objetivos SMART
<b>Significado</b>	Objetivos y Resultados Clave	Indicadores Clave de Desempeño	Objetivos Específicos, Medibles, Alcanzables, Relevantes y con un Tiempo Definido
<b>Enfoque</b>	Se enfoca en metas y resultados ambiciosos, con resultados medibles y concretos que impulsan la alineación y el enfoque en áreas estratégicas.	Se centra en métricas específicas que ayudan a medir el desempeño y el éxito de una actividad o proceso.	Se concentra en establecer objetivos que sean Específicos, Medibles, Alcanzables, Relevantes y con un Tiempo definido.
<b>Naturaleza</b>	Orientado al logro de metas y objetivos grandes y ambiciosos. Los OKRs son	Indicadores cuantificables que reflejan el rendimiento	Objetivos específicos que cumplen con los criterios SMART, destinados a ser

	aspiracionales y desafiantes.	de una actividad o proceso.	alcanzados dentro de un marco de tiempo determinado.
<b>Relación</b>	Los OKRs pueden incluir KPIs como resultados clave, pero los KPIs no necesariamente abarcan OKRs.	Los KPIs pueden ser utilizados como métricas para medir el progreso hacia los OKRs o cualquier otro objetivo.	Los objetivos SMART pueden medirse mediante KPIs, pero no todos los KPIs se alinean necesariamente con objetivos SMART.
<b>Flexibilidad</b>	Los OKRs pueden ajustarse trimestralmente o según ciclos de planificación, permitiendo adaptaciones para responder a cambios.	Los KPIs suelen ser más estáticos y se mantienen constantes para medir el desempeño a largo plazo.	Los objetivos SMART pueden requerir ajustes, pero se centran en mantener la integridad de los criterios SMART.
<b>Ejemplos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Objetivo: Aumentar la base de usuarios en un 20% en el próximo trimestre.</li> <li>- KR: Alcanzar un aumento del 15% en la adquisición de nuevos usuarios mensuales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- KPI: Tasa de conversión de ventas.</li> <li>- KPI: Tiempo promedio de respuesta al cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Objetivo Específico: Aumentar las ventas en un 10% en el primer semestre.</li> <li>- Objetivo Medible: Reducir el tiempo de entrega en un 15% para fines del año fiscal.</li> <li>- Objetivo Alcanzable: Capacitar al 100% del personal en un nuevo sistema para el final del trimestre.</li> </ul>

Los OKRs se centran en establecer objetivos ambiciosos y medibles, los KPIs en métricas clave para medir el rendimiento, y los objetivos SMART en objetivos específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un tiempo definido para lograrlos. Integrar estos enfoques puede ayudar a las organizaciones a definir metas claras y medibles mientras siguen un camino estratégico.

Veamos un ejemplo específico para cada KPI en el embudo AARRR:

<b>Etapas</b>	<b>KPIs</b>	<b>Ejemplos</b>
<b>Adquisición</b>	- Tráfico web	10,000 visitas mensuales al sitio web
	- Tasa de conversión	5% de los visitantes se registran como usuarios
	- Costo por clic (CPC) o costo por adquisición (CPA)	CPC de \$0.50 por visita / CPA de \$10 por nuevo usuario
<b>Activación</b>	- Usuarios activos	3,000 usuarios activos semanales
	- Actividad inicial	70% de los usuarios completan un tutorial dentro de las primeras 24 horas

	- Porcentaje de completitud de perfil	50% de los usuarios tienen perfiles completos al 100%
<b>Retención</b>	- Tasa de retención	40% de los usuarios regresan después del primer mes
	- Ciclo de vida del cliente	Duración promedio de 12 meses como cliente
	- Churn rate	20% de los usuarios dejan de usar el producto cada trimestre
<b>Ingresos</b>	- Valor de vida del cliente (LTV)	LTV de \$500 por cliente en un año
	- Ingresos por usuario activo	\$50 de ingresos por usuario activo mensualmente
	- Ticket promedio	Compra promedio de \$100 por transacción
<b>Referencias</b>	- Referencias o recomendaciones	30% de los clientes actuales refieren a un amigo cada mes
	- Net Promoter Score (NPS)	NPS de 8 en una escala del 1 al 10
	- Ratio de referencias	15% de nuevos clientes provienen de referencias

Estos ejemplos ilustran cómo se podrían medir y evaluar los KPIs en cada etapa del embudo AARRR. Es importante adaptar estos KPIs según las métricas específicas y los objetivos de tu negocio para obtener una imagen precisa del rendimiento y la eficacia de tu estrategia.

## Optimizando Estrategias de Growth Marketing con el Business Model Canvas

Bienvenido al Business Model Canvas, una ventana hacia la estrategia empresarial que desentraña cómo las empresas triunfan en un mercado competitivo. Este marco visual te guiará a través de nueve secciones clave, revelando cómo se entrelazan para dar vida a un modelo de negocio exitoso. Desde la esencia de la propuesta de valor hasta los cimientos financieros, cada sección es una pieza vital del rompecabezas que te invita a explorar y adaptar estrategias en diversos contextos.



### Propuesta de Valor:

Es el núcleo del modelo de negocio, define la singularidad y el valor que la empresa ofrece a sus clientes. Se centra en resolver problemas específicos o satisfacer necesidades de los clientes de una manera superior a la competencia.



### Segmentos de Clientes:

Identifica y describe los diferentes grupos de clientes a los que se dirige la empresa. Ayuda a comprender las necesidades, comportamientos y preferencias de estos grupos para adaptar la oferta de valor de manera efectiva.



### Canales:

Representa los medios por los cuales la empresa se comunica con sus clientes y les entrega su propuesta de valor. La elección adecuada de canales impacta en la accesibilidad y satisfacción del cliente.



### Fuentes de Ingresos:

Identifica cómo la empresa genera ingresos a través de sus segmentos de clientes. Clarifica las estrategias de monetización y la valoración de los productos o servicios ofrecidos.



### Relaciones con los Clientes:

Detalla los tipos de relaciones que la empresa establece con sus clientes. Mantener relaciones sólidas es crucial para retener clientes, mejorar su experiencia y fomentar la lealtad hacia la marca.



### Asociaciones Clave:

Son colaboraciones estratégicas fundamentales para el éxito del negocio. Estas alianzas pueden optimizar recursos, mejorar la oferta y expandir el alcance del mercado.



### Recursos Clave y Actividades Clave:

Los recursos clave son activos esenciales para la operación, mientras que las actividades clave son acciones fundamentales para el funcionamiento del negocio. Ambos definen la capacidad operativa y competitiva de la empresa.



### Estructura de Costos:

Detalla todos los costos involucrados en la operación del modelo de negocio. Comprender estos costos es crucial para la eficiencia operativa y la rentabilidad general del negocio.

[Haz click aquí para verlo en detalle](#)

Sigue este recorrido para comprender gradualmente cómo cada sección contribuye al éxito general de una empresa y cómo interactúan entre sí para construir un modelo de negocio sólido y adaptable.