

Outcomes vs Outputs

Un cambio de mentalidad para
generar verdadero valor

Outcomes vs Outputs

¿Alguna vez
entregaron algo
tal como lo
planificaron, pero
no generó el
impacto
esperado?



Outcomes vs Outputs

- Muchas veces medimos el éxito por lo que entregamos (**outputs**), en lugar del efecto real (**outcomes**).
- Lo importante no es lo que entregamos, sino cómo eso cambia la manera en que las personas actúan y generan valor.

¿Qué es un output?

Un **output** es un entregable o actividad concreta, algo que construimos o hacemos.

- Un nuevo CRM implementado.
- Un reporte automático de métricas.
- Un proceso de onboarding documentado.

“Construimos un dashboard increíble, pero nadie lo consulta para tomar decisiones.”

Riesgos de medir el éxito solo con outputs:

- Creamos funcionalidades que nadie usa.
- Hacemos reportes que nadie lee.
- Definimos procesos que no generan un cambio real.

¿Qué es un outcome?

Un **outcome** es un cambio de comportamiento que impulsa resultados de negocio

- No es implementar un CRM, sino que los vendedores hagan un buen seguimiento de leads.
- No es hacer una presentación de ventas, sino que los clientes avancen rápido en el proceso de compra.

¿Qué es un outcome?

Imagina que trabajas para una organización benéfica que busca mejorar el nivel de vida en un pueblo sin plomería moderna.



- La fundación que financia el proyecto ha notado que los habitantes gastan mucho tiempo trayendo agua desde el río.
- Al colocar un pozo en el centro del pueblo, esperan que los habitantes puedan dedicar su tiempo a actividades que mejoren su calidad de vida.

Modelado del problema

Planificamos nuestros recursos (las personas, materiales, dinero y otras cosas que necesitamos)

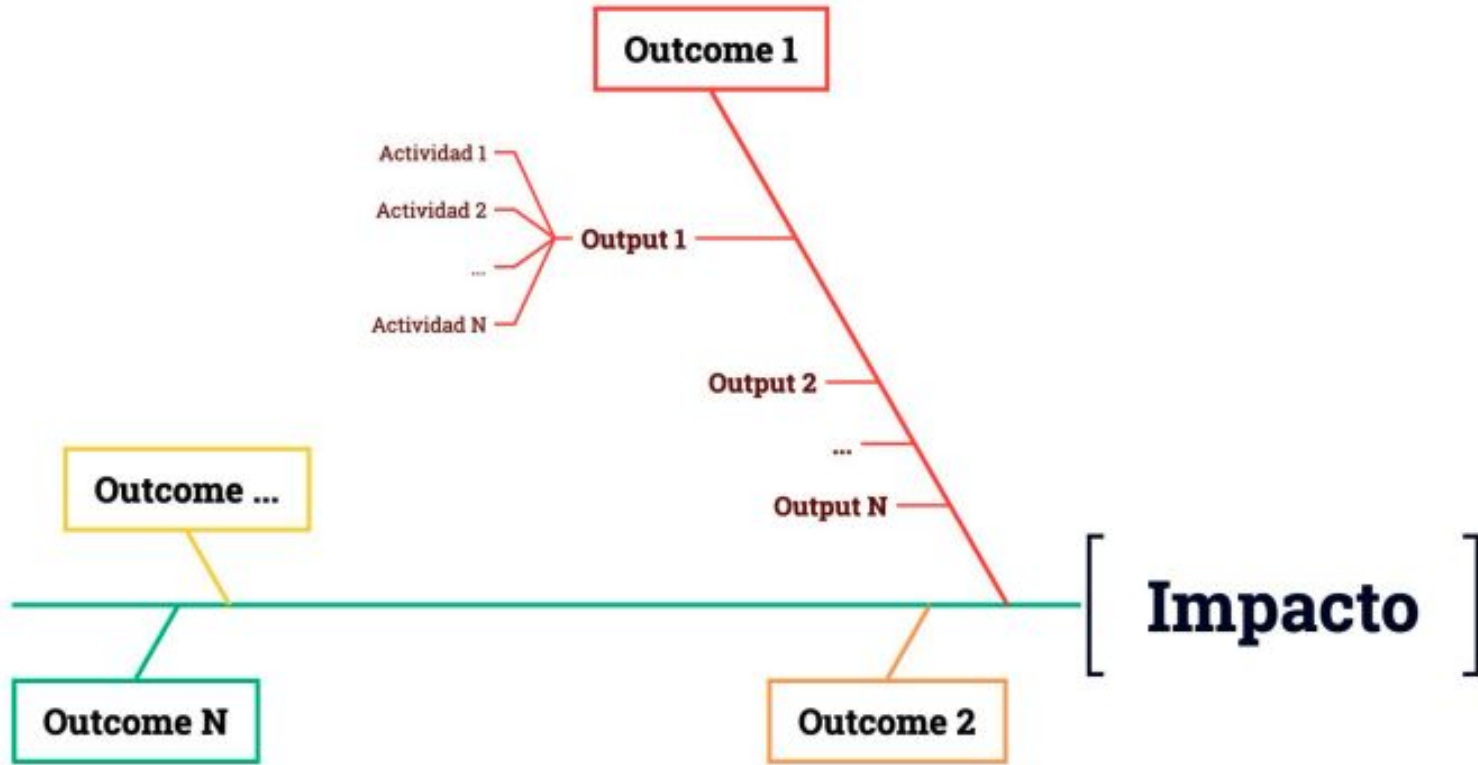
Si todo esto sale según lo planeado, creamos el output: el pozo.

Esto, a su vez, "contribuye" directamente al impacto que buscamos: mejorar la calidad de vida en el pueblo.



Llevamos a cabo un conjunto de actividades (viajar al pueblo, adquirir y transportar nuestros materiales, construir un pozo).

Si el pozo funciona según lo planeado, logramos nuestro outcome: las personas en el pueblo pasan menos tiempo llevando agua.



Si gestionamos basados en **outputs**, nuestros outputs pueden no generar valor, estamos basando la gestión en lo que hacemos, no en los beneficios que buscamos.

Si gestionamos por **impacto**, no somos lo suficientemente específicos, los impactos tienen múltiples raíces.

Gestionando **outcomes**, buscamos comportamientos específicos del cliente que aportan a los resultados de negocio (**impactos**).

Definir outcomes en términos de comportamientos humanos crea una forma de trabajar **totalmente centrada en el cliente y el usuario**.

¿Cómo podemos estar seguros de que lo que estamos haciendo realmente entregará valor?

¿Cómo podemos estar seguros de que lo que estamos haciendo realmente entregará valor?

¡No podemos estar seguros!

Una **hipótesis** básica tiene dos partes:

lo que creemos (la idea) y la evidencia que nos permitirá validarlo.

No necesito [output], lo que necesito es [outcome]

- No es realmente un paraguas lo que necesito, sino una forma de no mojarme.
- No es un coche lo que realmente necesito, sino desplazarme rápido y cómodamente.
- No es un gimnasio lo que necesito, sino mantenerme saludable y en forma.
- No es que necesite un despertador, lo que necesito es despertarme descansado y a tiempo.
- No es un curso de inglés lo que realmente necesito, sino la capacidad de comunicarme sin esfuerzo.
- No es un informe de ventas lo que necesito, sino poder tomar decisiones basadas en datos.
- No es una aplicación de productividad lo que realmente necesito, sino organizar mejor mi tiempo.
- No se trata de hacer una campaña publicitaria, sino de lograr que más clientes me compren.
- No es un manual de procesos lo que necesito, sino que el equipo tenga claridad y trabaje sin fricciones.
- No es tener reuniones semanales lo que necesito, sino que todos estemos alineados y sin bloqueos.

Output

**Lanzar una nueva
presentación de ventas
para clientes potenciales.**

Este es el entregable o iniciativa que se va a implementar.

Pero implementar algo no garantiza que logremos el impacto deseado.

Sigamos avanzando para definir el cambio de comportamiento que realmente queremos lograr.

Outcome

Queremos que los clientes potenciales comprendan claramente nuestra propuesta de valor y avancen más rápido en el proceso de compra.

*Piensen en qué cambio de comportamiento queremos lograr en los clientes o equipos internos. No es solo 'tener una presentación bonita', sino **cómo queremos que los clientes reaccionen de manera diferente gracias a ella.***

Métrica

Tiempo promedio desde el primer contacto hasta la toma de decisión del cliente

Si logramos este cambio de comportamiento, ¿cómo lo mediríamos? ¿Qué número o indicador debería mejorar?

Ejemplo

Hipótesis

Hipótesis 1: Si estructuramos la presentación enfocándonos en los problemas del cliente en lugar de solo hablar de nuestros servicios, aumentará el interés y la conversión.

Hipótesis 2: Si incluimos casos de éxito reales y métricas claras, los clientes potenciales tendrán más confianza y estarán más dispuestos a avanzar.

No basta con hacer la presentación. Necesitamos probar hipótesis sobre qué acciones harán que realmente genere impacto. Escriban al menos 1 y máximo 3 hipótesis sobre cómo podríamos lograr el outcome que definieron.

Hipótesis 3: Si enviamos la presentación de forma personalizada con un seguimiento estratégico, aumentará la cantidad de clientes que piden una reunión.

Ejercicio

Reunirse en salas en grupos de aprox 5 personas y e indicar, output, outcome y métrica e hipótesis, para cada una:

"Crear un manual de buenas prácticas de desarrollo."

"Implementar un sistema de revisión de código obligatorio en cada pull request."

"Reducir el número de errores en producción en un 40%."

"Ahora todos los nuevos desarrolladores deben completar un curso de arquitectura de software."

"Que el equipo mejore su capacidad de estimar tiempos de desarrollo con mayor precisión."

"Adoptar una herramienta de monitoreo para detectar fallos en tiempo real."

"Que los clientes reporten menos fallas en la aplicación y confíen más en el producto."

Ejercicio

Outcome



Piensen en qué cambio de comportamiento queremos lograr

Output



Este es el entregable o iniciativa que se va a implementar.

Métrica



Si logramos este cambio de comportamiento, ¿cómo lo mediríamos? ¿Qué número o indicador debería mejorar?

Hipótesis



Escriban al menos 1 y máximo 3 hipótesis sobre cómo podríamos lograr el outcome que definieron