

ORGANIZACIONES MODERNAS

Medir para liderar

El liderazgo efectivo se construye sobre datos, métricas y evidencia, no solo sobre intuición o experiencia.

Métricas · Escenarios · Estrategia · Compensación



Recorrido de la sesión

01 Medir para liderar

Cultura de datos, transparencia y liderazgo adaptativo.

02 Métricas clave

Indicadores financieros, operativos, TI, marketing y RRHH.

03 Despliegue

De la estrategia a la operación diaria, con herramientas.

04 Escenarios

Sensibilización de variables y gestión de riesgos.

05 Mapas estratégicos

Cuatro perspectivas que conectan visión y acción.

06 Compensación

Mix retributivo y programas integrales.

¿Qué significa “medir para liderar”?

Cultura basada en datos

Decisiones estratégicas fundamentadas en indicadores confiables que permiten anticipar riesgos y oportunidades.

Transparencia organizacional

Medir y compartir resultados genera confianza entre equipos y stakeholders.

Liderazgo adaptativo

Los líderes ajustan estrategias en tiempo real gracias a métricas operativas, financieras, de TI, marketing y RRHH.

Innovación continua

La medición detecta áreas de mejora y fomenta la experimentación controlada.

Ejemplos de métricas clave

Financieras

ROI · margen de utilidad · flujo de caja

Operativas

Eficiencia de procesos · tiempos de ciclo · calidad

Tecnología (TI)

Disponibilidad de sistemas · tiempo de respuesta · seguridad

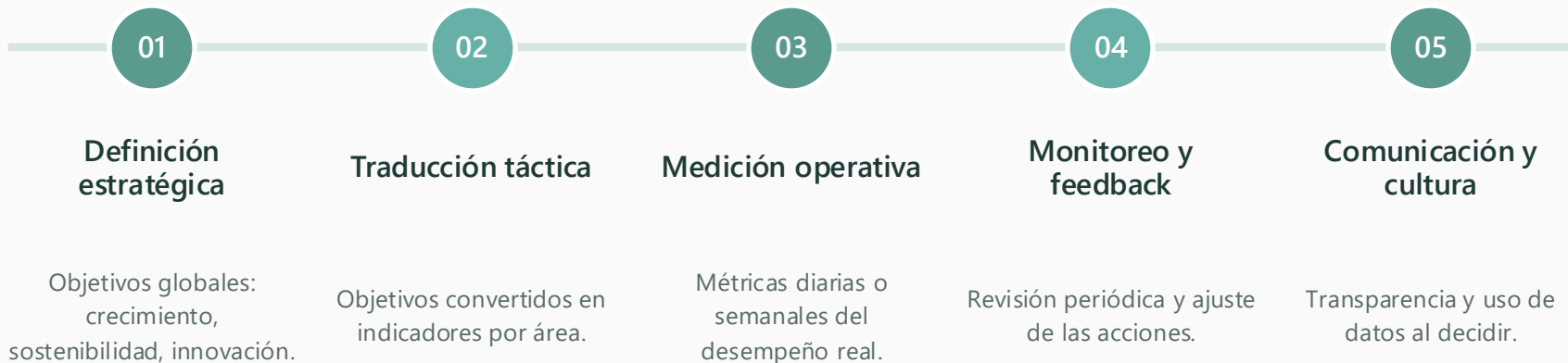
Marketing

Tasa de conversión · alcance · engagement

Recursos Humanos

Rotación · clima laboral · productividad por empleado

De la estrategia a la operación diaria



Herramientas y claves del éxito

Balanced Scorecard

Vincula la estrategia con indicadores en cuatro perspectivas.

OKR

Objetivos y resultados clave para alinear equipos.

Dashboards

Métricas en tiempo real para decisiones rápidas.

Benchmarking

Comparación con estándares internos o externos.

Claves para un despliegue exitoso

Claridad

métricas comprensibles para todos

Relevancia

alineadas con la estrategia

Frecuencia

mediciones periódicas para actuar

Responsabilidad

cada área es dueña de sus métricas



SECCIÓN 02

Sensibilización de variables y escenarios

Analizar cómo los cambios en ciertas variables afectan los indicadores y proyectar distintos futuros posibles.

¿Qué implica la sensibilización?

Variables críticas

Seleccionar los factores que más influyen en los resultados: costos, demanda, rotación.

Análisis de sensibilidad

Evaluar cómo pequeñas variaciones impactan en los indicadores clave.

Escenarios alternativos

Proyecciones optimistas, pesimistas y realistas para preparar respuestas.

Gestión de riesgos

Anticipar crisis o cambios del entorno y diseñar planes de contingencia.

Decisiones con datos

Elegir la mejor estrategia considerando múltiples futuros posibles.

Beneficios

Resiliencia, anticipación de tendencias y cultura de planeación proactiva.

Retail: variable crítica, precio de venta

Optimista

+10%

Aumento en ventas impulsado por campañas exitosas.

Realista

+3%

Estabilidad con un leve crecimiento sostenido.

Pesimista

-15%

Caída por efecto de una crisis económica.

El análisis de sensibilidad muestra cómo cada escenario impacta en ingresos, margen y flujo de caja, mejorando la alineación entre estrategia y operación.

Cuatro perspectivas de la estrategia

Financiera

Cómo la organización genera valor económico.

Clientes

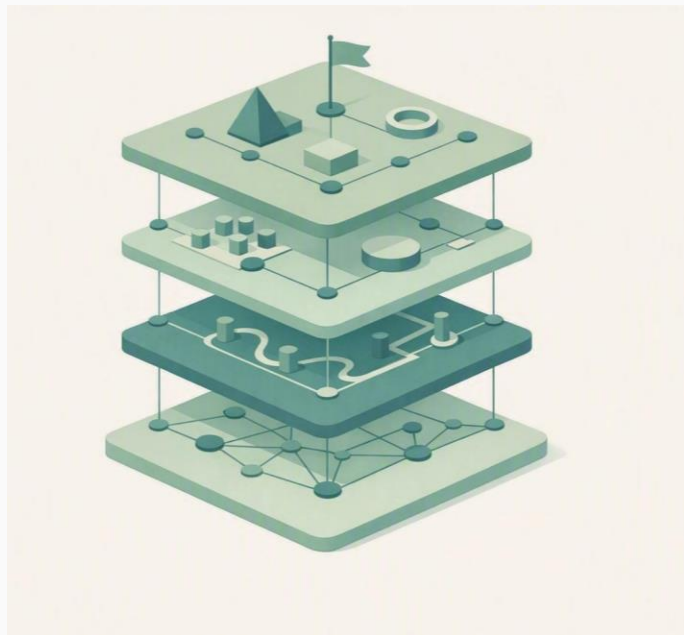
Cómo se logra satisfacción y fidelización.

Procesos internos

Eficiencia, calidad y capacidad de innovación.

Aprendizaje y crecimiento

Desarrollo de talento, cultura y tecnología.



Componentes y distribución típica

Compensación fija

Sueldo base que garantiza estabilidad.

Compensación variable

Bonos, incentivos y comisiones por desempeño.

Beneficios

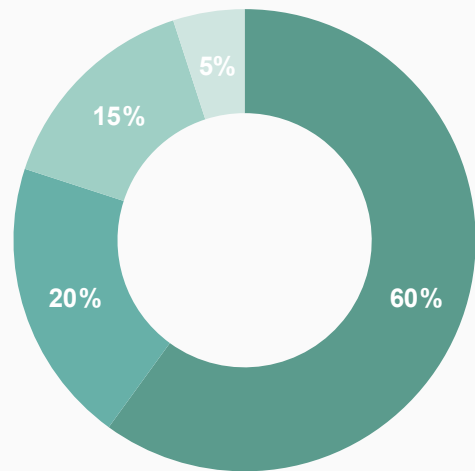
Salud, seguros, vacaciones, flexibilidad.

Reconocimiento no monetario

Reconocimiento, desarrollo y cultura.

Compensación a largo plazo

Acciones, stock options, planes de retiro.



■ Fija ■ Variable ■ Beneficios ■ Reconocimiento

Objetivos y principios de diseño

Alineación estratégica

Vincular la compensación con los objetivos de negocio.

Equidad interna

Asegurar justicia entre roles, puestos y niveles.

Competitividad externa

Paquetes atractivos frente al mercado.

Motivación y retención

Incentivar el desempeño y fidelizar talento.

Flexibilidad

Adaptar el mix según perfiles y generaciones.

Sostenibilidad

Garantizar que el programa sea viable en el tiempo.

Seis etapas para diseñar el programa

01

Diagnosticar la situación

Estructura salarial, beneficios y equidad interna.

02

Definir objetivos

Retención, motivación y competitividad.

03

Diseñar el mix

Equilibrar fijo, variable, beneficios y largo plazo.

04

Validar con benchmarking

Comparar con prácticas del mercado.

05

Comunicar y sensibilizar

Explicar el programa para generar confianza.

06

Monitorear y ajustar

Evaluar resultados y adaptar la estrategia.

EN SÍNTESIS

Medir es la base para liderar con evidencia

- Indicadores confiables desplegados en todos los niveles.
- Escenarios que anticipan riesgos y construyen resiliencia.
- Mapas estratégicos que conectan visión y operación.
- Compensación alineada con la estrategia y el talento.

