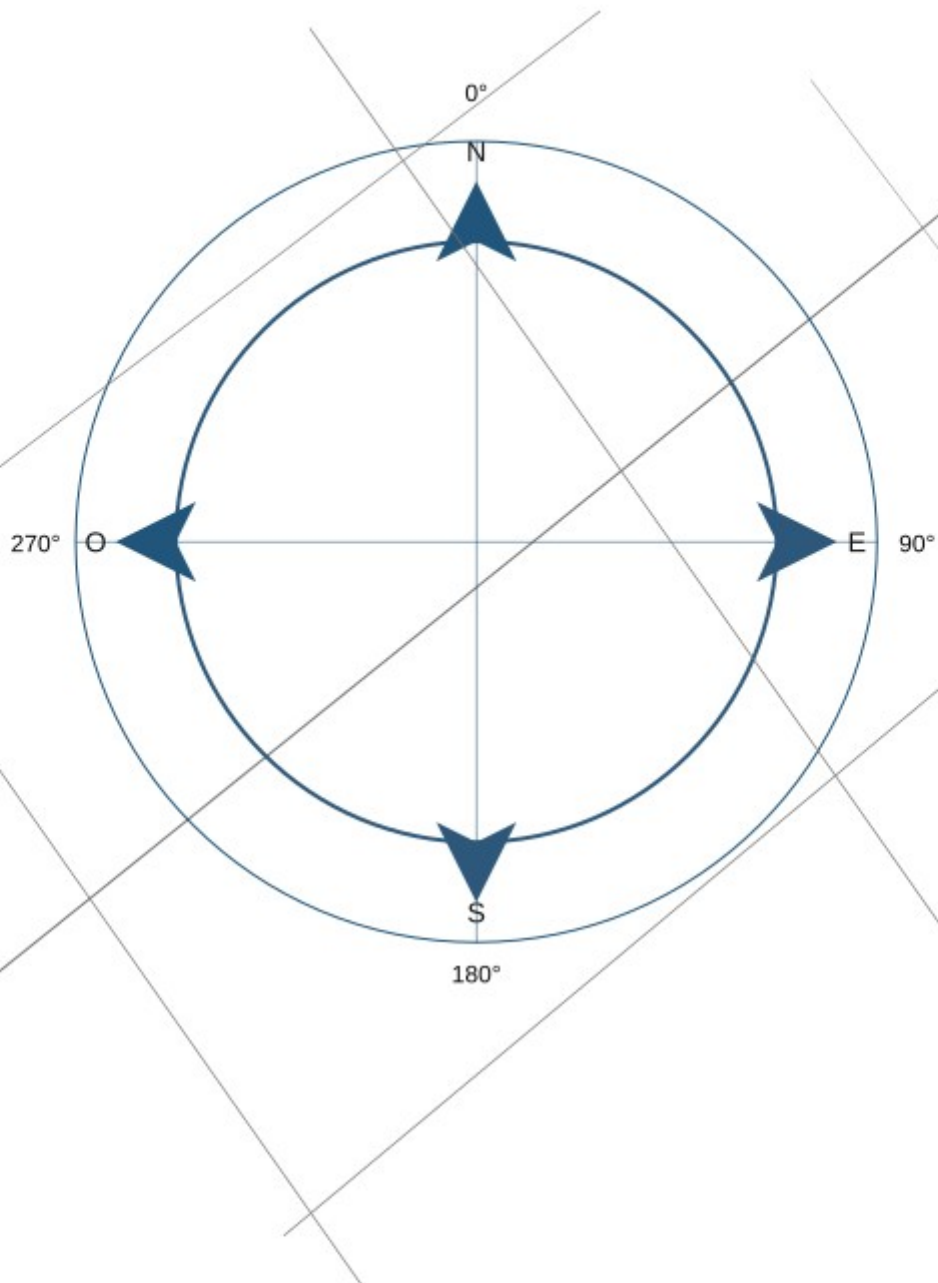




GUÍA DE MÉTRICAS ESENCIALES

Framework TAI Dynamics para medición de éxito en proyectos tecnológicos



TAI DYNAMICS

INTRODUCCIÓN

Esta guía presenta un panorama completo de las métricas más relevantes en proyectos tecnológicos. Sin embargo, es crucial entender que **no todas las métricas son igualmente importantes para todos los proyectos**.

Cómo usar esta guía

El éxito en la medición no está en trackear todo lo posible, sino en elegir las métricas correctas para tu contexto específico (y para cada área). Recomendamos:

1. Empezar con lo básico

- Identifica 3-5 métricas críticas para tu etapa actual (tienen que ayudarte a diagnosticar y tomar decisiones).
- Asegura que puedes medirlas de manera confiable.
- Establece una línea base antes de expandir.

2. Evolucionar gradualmente

- Agrega métricas según tus necesidades crecientes.
- Descarta las que no aportan valor.
- Ajusta umbrales basado en tu experiencia.

3. Mantener el foco

- No intentes medir todo desde el principio.
- Prioriza métricas accionables y evita métricas de vanidad.
- Revisa periódicamente su relevancia.

Las métricas presentadas a continuación representan un menú completo de opciones. Tu trabajo es seleccionar las que mejor se alineen con tus objetivos actuales y capacidades de medición.

1. MÉTRICAS DE ADQUISICIÓN

1.1 Usuarios y Crecimiento

- CAC (Costo de Adquisición de Cliente).
- Tasa de conversión de visitante a usuario.
- Fuentes de tráfico principales:

- Búsqueda orgánica (%)
- Referencias directas (%)
- Redes sociales (%)
- Email marketing (%)
- Publicidad pagada (%)
- Tasa de crecimiento mensual (MoM).
- Tiempo promedio hasta la conversión.

1.2 KPIs Objetivo

Métrica	Objetivo	Warning	Crítico
CAC	<\$50	\$50-\$80	>\$80
Tasa Conversión	>3%	1-3%	<1%
Crecimiento MoM	>20%	10-20%	<10%

Nota: los números se pueden cambiar son solo para ejemplo.

1.3 KPIs Objetivo de fuentes de tráfico

Métrica	Objetivo	Warning	Crítico
Búsqueda orgánica	>30%	20-30%	<20%
Referencias directas	>25%	15-25%	<15%
Redes sociales	>20%	10-20%	<10%
Email marketing	>15%	5-15%	<5%
Publicidad pagada	según presupuesto y objetivos		

Nota: los números se pueden cambiar son solo para ejemplo.

2. MÉTRICAS DE ENGAGEMENT

2.1 Uso y Actividad

- DAU/MAU (Usuarios Diarios/Mensuales).
- Tiempo promedio de sesión.
- Frecuencia de uso.
- Tasa de retorno.
- Acciones clave por sesión.

2.2 Retención

- Retención D1, D7, D30
 - D1 (Day 1): Porcentaje de usuarios que vuelven al día siguiente de su primera visita.
 - D7 (Day 7): Porcentaje de usuarios que vuelven en la primera semana.
 - D30 (Day 30): Porcentaje de usuarios que vuelven en el primer mes.
- Churn rate.
- Lifetime Value (LTV).
- Tasa de reactivación.
- NPS (Net Promoter Score).

3. MÉTRICAS TÉCNICAS

3.1 Performance

- Tiempo de carga.
- Tasa de error.
- Uptime.
- Latencia.
- Uso de recursos.

3.2 Calidad

- Bugs por release.
- Tiempo medio de resolución.

- Cobertura de tests.
- Deuda técnica.
- Vulnerabilidades de seguridad.

4. MÉTRICAS DE NEGOCIO

4.1 Financieras

- MRR (Monthly Recurring Revenue).
- ARPU (Average Revenue Per User).
- Burn rate.
- Margen bruto.
- ROI por feature.

4.2 Operativas

- Tiempo de desarrollo por feature.
- Velocidad de sprint.
- Lead time.
- Cycle time.
- Release frequency.

5. TABLERO DE CONTROL

5.1 Diario

Métrica	Meta	Actual	Tendencia
Usuarios activos			
Tasa de error			
Revenue			
NPS			

5.2 Semanal

Métrica	Meta	Actual	Tendencia
Retención D7			
Conversión			
Features entregados			
Bugs críticos			

6. GUÍA DE IMPLEMENTACIÓN

6.1 Herramientas recomendadas para instrumentación

- Analytics: Google Analytics.
- Integración de analíticas: Google Tag Manager.
- Product Analytics: Mixpanel/Amplitude.
- Error Tracking: Sentry/Firebase.
- Performance: New Relic.
- User Feedback: Hotjar.

6.2 Proceso de seguimiento

1. Recolección diaria de datos.
2. Review semanal de tendencias.
3. Análisis mensual profundo.
4. Ajuste trimestral de objetivos.

7. RESPUESTA A MÉTRICAS

7.1 Protocolo de alertas

Nivel	Trigger	Acción
P0	Métricas críticas -50%	War room inmediata
P1	Métricas bajo warning	Review en 24h
P2	Tendencia negativa 2w	Análisis semanal
P3	Desviación menor	Monitoreo

7.2 Plan de acción

1. Identificar causa raíz
2. Definir acciones correctivas
3. Implementar cambios
4. Medir impacto
5. Ajustar según resultados

Documento preparado por TAI Dynamics

Contacto: webmaster@taidynamics.com.ar

www.taidynamics.com.ar

Transformamos Ideas en Proyectos Tecnológicos Viables

© 2024 TAI Dynamics. Todos los derechos reservados.

TAI Dynamics -

Promoviendo una consciencia ágil para la creación inteligente de productos y empresas