MOVEUP!

PROGRAMA DE DESARROLLO PARA EMPRENDEDORES

Alexandra Badoiu alexandrabadoiu@ceei-castellon.com

Elena Esteve eesteve@dipcas.es

PROGRAMA DE DESARROLLO PARA EMPRENDEDORES

MÉTRICAS

Alexandra Badoiu alexandrabadoiu@ceei-castellon.com

RECORDAMOS

VLP (Valor a largo plazo de un cliente adquirido): Es un parámetro que nos dice cuánto dinero va a dejar un cliente a lo largo del ciclo de vida.

CAC (Coste Adquisición Cliente): Se calcula dividiendo los gastos totales de ventas y marketing de un período determinado (un mes, un trimestre, un año,...) entre el número total de nuevos clientes que has adquirido en ese período.

https://www.youtube.com/watch?v=rcwiDp4aGnk

¿Qué es una métrica?

Es una medida cuantificable que se utiliza para medir el rendimiento o el progreso.

Las métricas pueden ser :

- ❑ Métricas cualitativas: son de empatía, de dibujos o representaciones, por ejemplo entrevistas con el cliente sobre tu producto, las opiniones pueden ser positivas o negativas.
- ❑ Métricas cuantitativas: son numéricas. Cuántos más datos tengamos mejor.

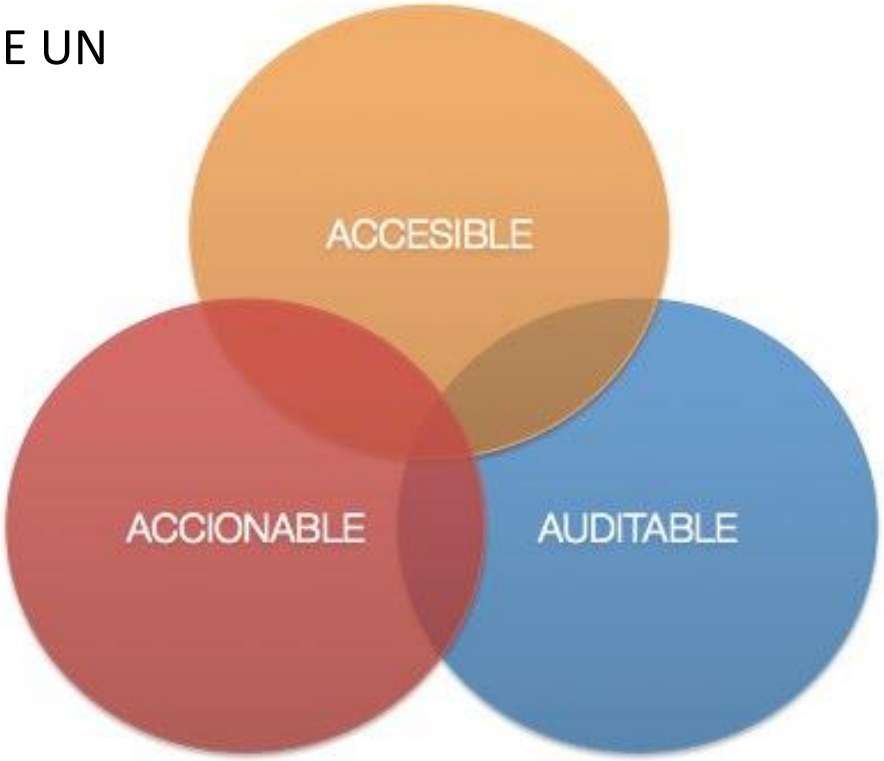
Son igual de importantes.

“Aquello que no se puede medir, no se puede mejorar”

- Peter Drucker

¿Qué debe cumplir una métrica? La regla de las 3 A

PROPORCIONAR INFORMACIÓN DE UN MODO VISUAL E INTUITIVO. ENTENDERLA Y ENCONTRARLA.



NOS PERMITE TOMAR DECISIONES.

DE CALIDAD. QUE VENGA DE UNA FUENTE FIDEDIGNA.

Las métricas más importantes las sacamos de las fases en la que nos compra un cliente

Métricas de

Dave McClure

Qué preguntas debemos hacernos en cada fase para sacar las métricas.

ADQUISICIÓN: ¿Cuanto me cuesta adquirir un cliente? ¿Cómo llegan estos clientes a nosotros?

ACTIVACIÓN: ¿Cómo activamos al cliente? ¿Cómo hacemos que se registre?

RETENCIÓN: ¿Cómo retenemos al cliente? ¿Cómo conseguimos que el cliente siga usando el producto o servicio?

MONETIZACIÓN: ¿Cómo monetizamos al cliente?

REFERENCIA: ¿Cómo este cliente referencia a otros?

Métricas financieras

Facturación: ventas diarias, semanales, mensuales, trimestrales o anuales. El objetivo es vender cada vez más.

Margen comercial: Diferencia entre las ventas y el coste directo de las mismas.

Gastos fijos: gastos de estructura. A medida que vaya creciendo tu actividad, vas a procurar que tus gastos de estructura suban proporcionalmente mucho menos que tus ventas y márgenes.

Cash Flow (flujo de caja): Cantidad total de dinero que entra o sale de tu empresa en un periodo dado.

Métricas de recursos humanos

Ausentismo: Mide el porcentaje de jornadas de trabajo perdidas por ausencias de los empleados (vacaciones excluidas)

Rotación de personal: Mide el tiempo medio que se queda un trabajador en tu empresa. Una empresa no puede funcionar de forma óptima si pierde mucho tiempo en formar a nuevos empleados porque los anteriores se fueron. Compara tu tasa de retención con otras empresas similares del sector.

Productividad: volumen de venta (en unidades o en facturación) que tiene que conseguir un vendedor.

Cuantos bienes puede producir un trabajador.

Métricas importantes en un e-commerce

- **Tasa de Conversión**: número de visitantes que compran algo.
- **Compras por año**: número de compras que hace cada cliente al año.
- **Promedio de carrito de compra**: cantidad de dinero gastado por compra.
- **Tasa de Abandono**: porcentaje de personas que empiezan una compra y no acaban.

Métricas importantes en un e-commerce

- **Costes de Adquisición de Clientes**: lo que nos cuesta conseguir clientes que compren.
- **Ingresos por Cliente**: ciclo de vida de cliente.
- **Palabras TOP** que hacen tráfico a mi e-commerce.
- Los **términos más buscados** en mi site
- **Viralidad**: como funciona el boca a boca.
- Eficacia de la **lista de correos**.

Métricas importantes en un Gimnasio

- **Membresías y Retención de Clientes**: seguimiento de las altas y bajas de membresía, la tasa de renovación de membresías
- **Utilización del Espacio y Equipamiento**: seguimiento de las horas pico de uso, el tiempo promedio de espera para el uso del equipamiento y la disponibilidad de las instalaciones
- **Asistencia a Clases y Entrenamientos**: número de participantes por clase, la asistencia semanal o mensual a las clases y la variedad y calidad de los programas ofrecidos.
- **Satisfacción del Cliente**: encuestas de satisfacción, reseñas y comentarios de los clientes, y la resolución efectiva de problemas y quejas.
- Participación en **programas / actividades especiales**

Métricas importantes en un Restaurante

- Flujo de caja o cash flow.
- Coste de las materias primas
- Coste de personal
- Coste de producción: cuánto invierto en hacer un plato.
- Qué platos son los que más se venden.
- Qué platos dejan más margen.
- Productividad del personal.
- Nivel de satisfacción de los clientes.

¡No lo olvides!

- ★ No todo lo que se mide en tu negocio es una medida precisa del rendimiento. Lo importante es que te proporcione información relevante para tu organización.
- ★ Las métricas tienen que estar alineadas con tu propuesta de valor. Poner el foco en las métricas claves.
- ★ La información extraída en forma de datos nos permite tomar decisiones.

¡No lo olvides!

★ Cómo máximo fíjate en 5 métricas.

★ Revisa las métricas cada semana (máx. 15 días).

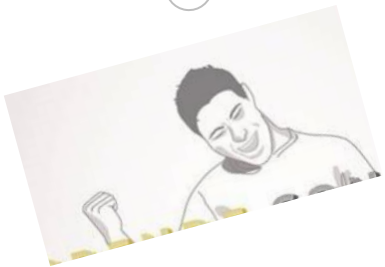
★ Las métricas deben permitirnos aprender.

★ Lo difícil del análisis de los datos es ponerlos en su contexto e interpretar qué significan, y a partir de ahí tomar decisiones.

¡Fija tus 5 métricas más importantes!

PROGRAMA DE DESARROLLO PARA EMPRENDEDORES

Estructura de costes y flujos de ingresos



Elena Esteve - eesteve@dipcas.es
Diputació de Castelló – Centros CEDES
https://peconomica.dipcas.es/es/emprender.html

Inscríbete para recibir información:
https://gestionandote.com/agencia/cedes/curso/registro-de-personas-emprendedoras/23124

Estructura de costes y flujo de ingresos

CONCEPTOS IMPORTANTES

- **INGRESO:** operaciones que incrementan el valor patrimonial de la empresa (ventas, subvenciones recibidas…)

- **GASTO/COSTE:** operaciones que disminuyen el valor patrimonial de la empresa (salarios de la empresa, gastos de teléfono, luz…)

- **INVERSIÓN:** Elementos necesarios para que la empresa pueda realizar su actividad productiva (permanecen más de 1 año).

INGRESOS

1.- Definir el flujo de ingresos: Cómo ganamos dinero

2.- Previsión de ingresos: Calcular la cifra de ventas que pensamos generar en el/los próximos años.

FLUJO DE INGRESOS

1. **Flujo de ingresos:** Definir el modelo de negocio

¿Cómo ganamos dinero?

Venta directa

Publicidad

Fremium/Premium

Suscripciones/Cuotas mensuales/Tarifas planas

PREVISIÓN DE INGRESOS

2. **Previsión de ingresos**: detalla las ventas de la empresa, mes a mes, producto a producto, en unidades físicas y en euros.

Ventas = Precio unitario x Unidades vendidas

Supone realizar un estudio de:

- la previsión de unidades a vender de cada producto,
- el precio de cada uno de ellos

Para fijar **precios de venta** debemos tener en cuenta:

- Estrategia de la empresa

- Precios de la competencia

- Lo que está dispuesto a pagar el cliente

- Existencia de restricciones legales

PREVISIÓN DE INGRESOS

No trata de **cuánto nos gustaría** vender,

sino de **cuánto es posible** vender,

en función del mercado que atacaremos y en relación a la estructura de nuestra empresa y recursos.

Ha tener en cuenta:

-la capacidad productiva de la empresa,

-el mercado,

-los competidores,

-los clientes,

-la estacionalidad, etc

INGRESOS

En definitiva, vamos a determinar el **objetivo de venta para el próximo año**

Este objetivo ha de ser:

-Realista (ajustado a condiciones del mercado y de la empresa)

-Ambicioso

-Alcanzable

-Definido con claridad

-Comunicado al personal de la empresa

Actividad

MOVE UP! EMPRENDE CON ÉXITO

SOBRE MI PROYECTO:

DEFINE TUS VENTAS:

3.1.1- Elabora un listado de productos con su precio de venta (sin IVA)

3.1.2.- Estima las unidades físicas de cada producto que crees que vas vender cada mes.

3.1.3.-Revisa las previsiones teniendo en cuenta la estacionalidad de las ventas de tus productos

Clasificación de los costes

a) **Coste Fijos**: NO dependen del nivel de actividad y se generan independientemente de si existe o no actividad.
   - Alquileres.
   - Sueldos de administración.
   - …

b) Costes Variables: evolucionan con el volumen de negocio.

c) Costes de personal: pueden ser fijos o variables.
(Para simplificar, los consideraremos fijos)

COSTES FIJOS

NO dependen de las ventas (se tienen aunque no se venda)

-**Alquiler** del centro de trabajo (local, oficina, taller...)
-**Suministros**: Consumo de agua y luz
-**Teléfono e internet**
-**Gasto en publicidad** y relaciones públicas
-**Servicios contratados**: asesoría, subcontratación..
-**Seguros**: instalaciones, responsabilidad civil,...
-**Otros gastos**: gasolina, material oficina, limpieza, etc.
-**Tributos**: Tasas, IAE, IBI, etc.

DEFINICIONES

C3.<u>Tributos:</u> IAE, IBI, … Todo tipo de tasas, contribuciones e impuestos locales. Los tributos son obligaciones dinerarias impuestas unilateralmente y exigidas por la administración pública a partir de una ley, cuyo importe se destina a solventar el gasto público.

C4.<u>Suministros:</u> luz, agua, teléfono, gasoil. En términos económicos se utiliza el concepto de suministros como sinónimo de abastecimiento.

C5.<u>Servicios de profesionales independientes</u>: el importe que se satisface a los profesionales ajenos a la empresa por los servicios prestados a esta. Comprende los honorarios de economistas, abogados, auditores, notarios, especialistas informáticos, etc…

DEFINICIONES

C6.Material de oficina: bolígrafos o lápices,marcadores, tipex, celo, tijeras, cartuchos de impresora, papel, carpetas y cualquier elemento necesario en el día a día de una oficina.

C7.Publicidad y Propaganda: estrategias para vender un producto específico o cambiar una actitud o conducta. Campañas en diversos medios y formatos (prensa, televisión, cine, afiches, vallas, muestras gratuitas, etc.).

C8.Primas de seguros: La prima de un seguro es el desembolso que debe realizar el beneficiario de la póliza a la compañía aseguradora. Ello, a fin de acceder a la cobertura correspondiente. Seguro de incendios, seguro de robo, seguro de inundaciones,...

DEFINICIONES

C9.<u>Trabajos realizados por otras empresas:</u> los trabajos que, formando parte del proceso de producción propia, se encarguen a otras empresas.

<u>C.10. Mantenimiento y reparación:</u> los trabajos necesarios para el buen funcionamientos de los bienes de inversión de la empresa

<u>C.11. Arrendamientos:</u> Alquiler de bienes muebles e inmuebles. También incluye el arrendamiento financiero (leasing, renting)

C12.<u>Otros gastos de explotación:</u> Otros gastos no recogidos en las partidas anteriores

Actividad

SOBRE MI PROYECTO:

DEFINE TUS COSTES FIJOS:

Estima los diferentes **COSTES FIJOS** por mes.

COSTES DE PERSONAL

PROMOTORES

Salario: Es importante tenerlo en cuenta para calcular la viabilidad del negocio. Tiene que ser coherente con las necesidades personales del emprendedor.

Seguridad social: Por lo general, cuota de autónomos. Tener en cuenta las posibles bonificaciones.

TRABAJADORES

Salario: Salario bruto de cada uno de los trabajadores

Seguridad social: Se calcula como un % sobre el salario

C1.<u>Sueldos y Salarios:</u> Toda retribución que percibe una persona a cambio de un servicio que ha prestado con su trabajo.

C2.<u>Cargas sociales</u>: cantidad de dinero que una empresa tiene que abonar al estado en concepto de seguridad social por los empleados que dispone contratados.

Actividad

SOBRE MI PROYECTO:

DEFINE TUS COSTES DE PERSONAL:

-Establece los **salarios** de promotores y trabajadores.

-Identifica el tipo de pago de cada promotor a la **Seguridad Social** y su importe.

COSTES VARIABLES

Dependen del volumen de ventas

Compras y otros aprovisionamientos:
Mercaderías, materias primas, envases y embalajes, los trabajos que, formando parte del proceso de producción propia, se encarguen a otras empresas.

Necesitamos calcular el **precio de coste por unidad** de cada uno de nuestros productos.
(No incorporaremos los costes de personal ni los costes fijos)

Costes Variables = Coste variable unitario x unidades vendidas

Actividad

SOBRE MI PROYECTO:

DEFINE TUS COSTES VARIABLES:

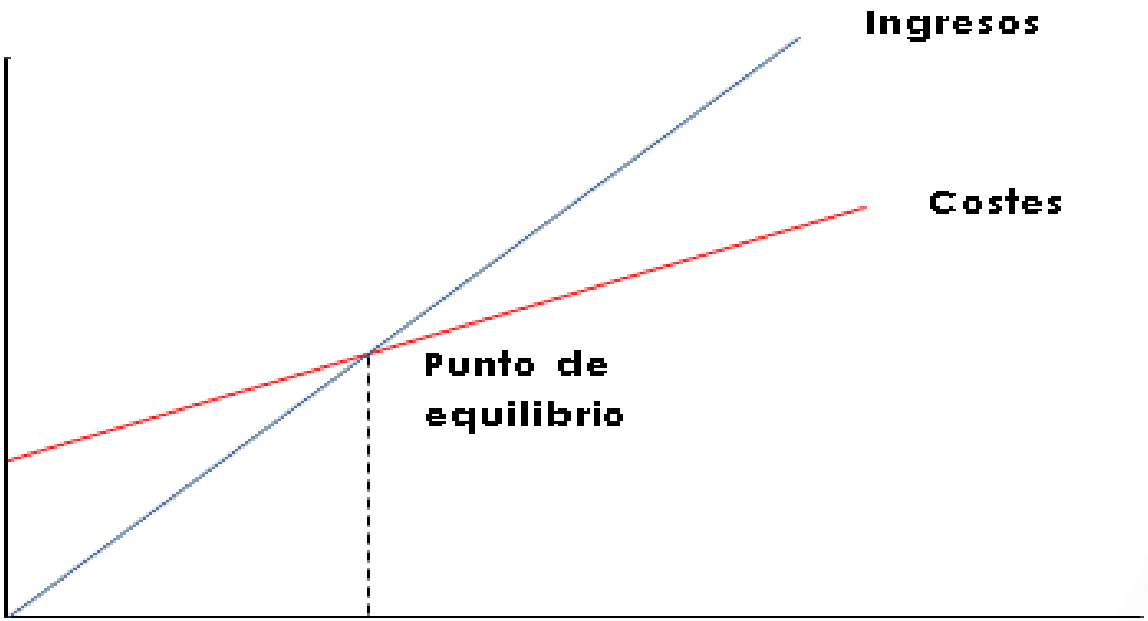
Calcula el **precio de coste por unidad** de cada producto.

(Recuerda no incorporar los costes de personal ni los costes fijos)

PUNTO DE EQUILIBRIO

Nivel de actividad en el que la empresa consigue cubrir la totalidad de sus costes, tantos fijos como variables, obteniendo un beneficio 0.

Momento en el que se igualan los costes con los ingresos.



Fórmula:

P * X = CF + (CV * X)

donde:

P, es el **precio** de venta de cada unidad de producto.

X, es la cantidad vendida.

CF, son los costes fijos.

CV, son los costes variables.

Nota: Incorporar los costes de personal como coste fijo

Una empresa fabrica despertadores. El precio de venta de cada despertador es de 3€, el coste variable por unidad es de 1€ y los costes fijos ascienden a 10.000€.

- $3 * X = 10.000 + (1 * X)$

Despejando X: $X = 5.000$

Es decir, el **punto de equilibrio** de esta empresa es de 5.000 unidades:

- Si vende 5.000 despertadores su Bº = 0
- Si vende más de 5.000 obtiene beneficios
- Si vende menos tiene pérdidas

Actividad

EJEMPLO PRÁCTICO COSTES

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	Conceptos
A	**Ventas**
B	Costes variables de compra y venta
A-B	**Margen Bruto s/Ventas**
C1	Sueldos y Salarios
C2	Cargas Sociales
C3	Tributos: IAE, IBI, ...
C4	Suministros: luz, agua, teléfono, gasoil
C5	Servicios de profesionales indep.
C6	Material de oficina
C7	Publicidad y propaganda
C8	Primas de Seguros
C9	Trabajos realizados por otras empresas
C10	Mantenimiento y reparación
C11	Arrendamientos
C13	Otros Gastos Explotación
C12	Dotación Amortizaciones
C	**Total Gastos Explotación**
RE=A-B-C	RESULTADO EXPLOTACION
F1	Ingresos Financieros
F2	Gastos Financieros
RF=F1-F2	RESULTADO FINANCIERO
RAI=RE+RF	R.ORDINARIO/ ANTES IMPUESTOS
I	Impuesto beneficios
RDI=RAI-I	RDO. DESPUES IMPTOS

A. <u>Ventas</u>: Ventas del producto o servicio

B. <u>Costes variables</u>: Los costes variables son gastos de una empresa que cambian en función del volumen de producción. Se diferencian de los gastos fijos, que permanecen constantes tanto si el volumen de producción aumenta como si disminuye. <u>Pueden ser</u>: materias primas, embalajes, mano de obra por necesidad de producción, comisiones sobre ventas.

<u>Margen Bruto sobre ventas. (A-B):</u> Diferencia entre las ventas y los costes variables de compra.

C. GASTOS DE EXPLOTACIÓN

C1	Sueldos y Salarios
C2	Cargas Sociales
C3	Tributos: IAE, IBI, ...
C4	Suministros: luz, agua, teléfono, gasoil
C5	Servicios de profesionales indep.
C6	Material de oficina
C7	Publicidad y propaganda
C8	Primas de Seguros
C9	Trabajos realizados por otras empresas
C10	Mantenimiento y reparación
C11	Arrendamientos
C13	Otros Gastos Explotación
C12	Dotación Amortizaciones
C	**Total Gastos Explotación**

C.13. <u>Dotación Amortizaciones:</u> Amortización anual de los bienes de inversión

<u>AMORTIZACIÓN:</u> Refleja el desgaste por uso de los bienes de inversión

Amortización anual = Precio adquisición bien / años vida útil

<u>TOTAL GASTOS DE EXPLOTACIÓN</u> = Suma de todas las C.

<u>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN</u> RE =A-B-C

RE = Ventas - Costes variables - Gastos de explotación

F1. Ingresos financieros Intereses a cobrar

F2. Gastos financieros: Intereses a pagar

RESULTADO FINANCIERO: RF = F1-F2

R. ORDINARIO/ANTES IMPUESTOS: RAI =RE+RF

I. Impuesto beneficios: 25% RAI

RDO. DESPUÉS IMPUESTOS: RDI = RAI-I

PROGRAMA DE DESARROLLO PARA EMPRENDEDORES

Centro Europeo de Empresas e Innovación de Castellón

Diputació de Castelló

Servicio de Promoción Económica y Relaciones Internacionales

MOVE UP! EMPRENDE CON EXITO