

1.3 Medición del valor

Dimensión 1 · Estrategia y Valor · Ficha de capacidad



Framework de Adopción de IA v1.4
Espacio de Innovación con IA · CESSI

PREGUNTA CLAVE

Si un cliente o el directorio pregunta qué aporta la IA, ¿tenemos números o anécdotas?

POR QUÉ IMPORTA

La capacidad más crítica y urgente según la industria: ninguna empresa tiene hoy métricas consolidadas y los directorios ya exigen KPIs con componente de IA. Sin línea de base previa, el escéptico siempre gana.

LOS CUATRO NIVELES

N1

No se mide: 'el equipo dice que va más rápido'.

N2

Se mide adopción y uso (quién usa qué, con qué frecuencia). Necesario, pero no habla de valor.

N3

Productividad y calidad medidas en las iniciativas clave, con línea de base previa; impacto reportado con regularidad.

N4

Impacto en términos de negocio, demostrable ante terceros; la medición alimenta el pricing y la conversación comercial.

CÓMO SUBIR UN NIVEL

Transición	Acción	Tiempo (est.)	Quién	Evidencia de hecho
N1 → N2	Instrumentar lo básico: quién usa qué herramienta aprobada, por rol, cada mes.	4 semanas	Responsable de adopción + TI	Primer reporte mensual de cobertura de uso (M1).
N2 → N3	Elegir 2-3 iniciativas clave y medirlas con línea de base ANTES de escalar: la métrica se define junto con el piloto, nunca después. Usar ventanas cortas y cohortes comparables.	1 trimestre (un ciclo de piloto)	Dueño de cada iniciativa + responsable de medición	Línea de base fechada y delta reportado para cada iniciativa (M6, M7, M9).
N3 → N4	Traducir las métricas operativas a lenguaje de negocio (margen, capacidad liberada, ofertas facturadas) y usarlas hacia afuera.	2 trimestres	Dirección + comercial	Al menos un caso medido usado en una propuesta o conversación con cliente.

QUÉ MEDIR

% de iniciativas con línea de base y medición posterior · Delta de productividad y calidad en iniciativas medidas · Casos de valor documentados y utilizables comercialmente

Tablero: M9 Casos de valor documentados (trimestral); se apoya en M6, M7 y M8.

VARIANTES POR PERFIL

PyME (≈30). Empezar con una iniciativa y una planilla; la medición atómica (una tarea tipificada, antes y después) alcanza para arrancar.

Empresa grande (≈500). La factory tiene aquí su batalla existencial: demostrar productividad es defender el pricing. La empresa de producto mide sobre su propio producto.

ANTI-PATRÓN

Medir después de escalar: sin línea de base, cualquier número es discutible.

EN QUÉ SE APOYA

Agrawal et al., Power and Prediction (en los 'Between Times' la productividad agregada no refleja aún el potencial) · Lafley & Martin (sin medidas la estrategia es una lista de deseos) · Christensen (big hire vs. little hire).

Ver también: 1.5 · 3.1 · 3.2