

4.2 Conocimiento de dominio estructurado

Dimensión 4 · Datos y Conocimiento · Ficha de capacidad



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

PREGUNTA CLAVE

¿Qué proporción de nuestro conocimiento crítico está en activos usables por personas y modelos — y cuánta sigue en cabezas?

POR QUÉ IMPORTA

La información de un dominio está cada vez más disponible vía IA; lo escaso es la experiencia: decisiones con su porqué, heurísticas, casos límite. Es el activo que el cliente no puede internalizar.

LOS CUATRO NIVELES

N1

El conocimiento vive en las cabezas: se accede preguntando y se pierde con cada salida.

N2

Documentación parcial y dispersa, escrita para humanos con tiempo; el 'camino feliz' en activos, los casos límite en la gente.

N3

Conocimiento capturado con método para doble consumo (personas y modelos), distinguiendo core propio de dominio del cliente e información de experiencia; actualización como parte del trabajo.

N4

El conocimiento es el activo estratégico central: cada producto, servicio o iniciativa lo enriquece y la IA de la organización 'sabe' del dominio.

CÓMO SUBIR UN NIVEL

Transición	Acción	Tiempo (est.)	Quién	Evidencia de hecho
N1 → N2	Empezar por lo que sangra: el dominio del cliente o producto principal, capturado en sesiones cortas con quienes saben, en formato simple.	4-6 semanas	Referentes del dominio + curador	Dominio principal documentado; proporción activos vs. cabezas estimada.
N2 → N3	Estructurar para doble consumo con requisitos por tipo (precisión para construir; contexto para entender): plantillas de dominio, glosarios, decisiones con su porqué; integrar la captura al cierre de cada proyecto.	2 trimestres	Curadores por dominio + PMO	% de dominios clave estructurados; captura en el checklist de cierre de proyecto.
N3 → N4	Conectar el conocimiento a las herramientas —que el contexto de dominio esté disponible donde se trabaja— y medir cuánto acelera cada proyecto nuevo.	2 trimestres	Plataforma + curadores	Conocimiento consumido por agentes en el flujo; tiempo de onboarding a un dominio a la baja.

QUÉ MEDIR

% de dominios y clientes clave con conocimiento estructurado
· Proporción del conocimiento crítico en activos vs. en cabezas
· Tiempo de onboarding a un dominio (persona o modelo)

Tablero: M12 Calidad del conocimiento (IVI-C), semestral.

VARIANTES POR PERFIL

PyME (≈30). Un repositorio bien cuidado y una sesión de captura por cliente clave alcanzan para N2-N3.

Empresa grande (≈500). Consultoras y factories: este es el activo que las hace insustituibles cuando el cliente 'prueba IA internamente'; el cliente tiene el conocimiento pero no sabe estructurarlo.

ANTI-PATRÓN

Regalar el dominio: años de conocimiento del cliente entregados gratis en cada propuesta, sin capturarlo como activo ni cobrarlo como diferencial.

EN QUÉ SE APOYA

Agrawal et al. (el conocimiento de dominio es el dato que la competencia no tiene) · Laney (la escasez es factor del valor intrínseco) · Christensen (entender el job del cliente en su circunstancia).

Ver también: 4.4 · 4.3 · 2.3