

7 REUNIÓN/ 24 DE OCTUBRE 2023

**VII**

**IA Cómo medir  
su valor**



**AI DIRECTORS**

**Grupo de directivos AI-Network**



# MIDIENDO EL VALOR DE LA IA

**E**l uso de la Inteligencia Artificial cada vez está más generalizado en las empresas.

Su capacidad para automatizar tareas, tomar decisiones basadas en datos y aprender de la experiencia es una cuestión muy valorada en algunas compañías capaces de obtener beneficios significativos mientras que otras organizaciones parecen no conseguir modelos rentables.

Medir el valor real que a IA aporta a las empresas es esencial para evaluar su impacto y justificar la inversión.

Por este motivo, la VII sesión de AI Directors reunió a profesionales del sector para explorar qué debe tenerse en cuenta a la hora de medir el valor de las soluciones con inteligencia artificial y cómo llevar a cabo esta medición.

## Entrevista

Unai Obieta, es CIO &CDO en The Phone House y miembro de AI-Network. Anteriormente ha ocupado posiciones similares en Adecco y Ferrovial Servicios,

además de compaginar sus responsabilidades directivas con la docencia. Es actualmente uno de los profesionales del dato más reconocidos.

---

**UNAI OBIETA**

CIO & CDO | Technology & Digital Transformation Director



---

“Los datos te dan coherencia a lo que tu piensas, te dicen la realidad”.

Con el vertiginoso avance de la inteligencia artificial a nivel directivo es necesaria la medición constante de resultados en cada uno de los proyectos que se ponen en marcha.

Si bien, Unai Obieta, reconoce que hay diferencias a la hora de valorar el ROI entre sectores establece un nexo común que supone estudiar el impacto junto a los departamentos de negocio para ser capaces de cuantificarlos tanto si están enfocados en venta como en optimización y ver costes de implementación y mantenimiento.

En el proceso de medición de resultados entran en juego diferentes enfoques de las empresas según si valoran el proyecto desde un punto de vista más estratégico y cualitativo frente a los que se fijan en el EBITDA con un retorno inmediato.

**"Hacer proyectos cortos y pegados a negocio que es quien da los indicadores de si algo funciona o no"**

Si nos ponemos en el escenario de los proyectos más estratégicos, Unai Obieta considera que estos trabajados por casos de uso pueden dar ROI en determinadas áreas aunque no lo den en otras.

Tal es así, que destaca una experiencia personal en la construcción una plataforma de gobierno del dato a través de casos de uso con la que "tienes un impacto menor pero realmente construyes la estrategia a futuro".

# RECOMENDACIONES PARA MEDIR RESULTADOS EN INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Sus recomendaciones a la hora de hacer la medición de resultados en la aplicación de inteligencia artificial en las empresas:

- Empezar poco a poco, ver que donde se va a implantar tenga un buen dato para que pueda escalar.
- Proyectos pequeños que aporten valor rápido.
- Contar con las personas adecuadas en los equipos y con los casos de uso.



# MÉTRICAS Y MÉTODOS PARA EVALUAR EL VALOR DE LA IA

La implementación de la IA en una empresa a menudo requiere una inversión significativa en tecnología, capacitación y recursos.

Medir el valor permite a las empresas evaluar si esta inversión está generando un retorno adecuado. Proporciona una base objetiva para justificar gastos y tomar decisiones informadas sobre futuras inversiones en IA.

Durante la fase de grupos pudimos conocer cómo llevan a cabo estas mediciones los directivos de las empresas españolas.

## MÉTRICAS Y MODELOS

Encuentran nuestros AI Directors que antes de medir el impacto es necesario formar una estrategia detallada a seguir y, posiblemente, se pueda tratar de cuantificar cada uno de los pasos que se van a llevar a cabo.

Entre las variables a tener en cuenta a la hora de definir los datos de nuestro análisis hay dos esenciales: conocer el reto real al que se postula la empresa y, por supuesto, conocer el mercado, no solo los clientes, sino sobre todo sus competidores.

En este camino habrá ocasiones en las que las decisiones no sean fáciles de medir o calcular ya que se refieren a cuestiones más “abstractas” pero que resultan igualmente relevantes en la compañía.

Este es el caso sobre todo de los proyectos de mantenimiento donde “se pierde esa visión de seguimiento”.

“Un alineamiento estratégico donde los plazos de seguimiento y objetivos queden definidos es clave. Esto puede hacerse con pequeños pilotos o seguimientos más estrictos.

## ROI

Medir el valor comercial de las iniciativas llevadas a cabo estamos viendo que no es un cálculo lineal.

En esto también tiene que ver el grado de madurez y el potencial de la herramienta.

Algunas compañías prefieren trabajar en ciclos cortos, de tal manera que si a las 48 horas de poner en marcha la herramienta esta no funciona, se elimina.

Normalmente, estas decisiones dependen del tamaño de la empresa y su capacidad para mantener económicamente el desarrollo del proyecto a lo largo del tiempo.

Por ejemplo, revelan directivos de grandes empresas que la validación de negocio condiciona en algunas ocasiones el futuro del proyecto.

## VIABILIDAD DE PROYECTOS

Sin embargo, no todos los proyectos de IA son iguales, y evaluar su viabilidad es otro aspecto en el que entran en juego diferentes cuestiones.

Por un lado, la priorización de proyectos debe estar construida en base a **datos sólidos**.

Además de tener en cuenta la rapidez, facilidad e importancia sobre el objetivo estratégico que tenga la empresa es torno a lo que se deben ordenar los proyectos de la compañía.

Una herramienta esencial para evaluar la viabilidad de los proyectos es el **“scorecard”**.

Este enfoque implica la creación de un conjunto de criterios específicos para cada proyecto y otorgar puntuaciones a cada uno.

Estos criterios pueden incluir factores cuantitativos, como el retorno de la inversión (ROI) proyectado, pero también factores cualitativos, como el alineamiento estratégico.

## Se valoran criterios cualitativos y cuantitativos

Por otro lado, el estratégico es crucial. Un proyecto de IA viable no solo debe ser beneficioso desde una perspectiva financiera, sino que también debe contribuir a los objetivos y visión estratégica de la empresa.

Este alineamiento garantiza que la inversión en IA esté en sintonía con la dirección a largo plazo de la organización.



# ASPECTOS CLAVE

Como conclusiones de la séptima reunión de AI Directors podríamos establecer cuatro aspectos clave a tener en cuenta cuando se saca un proyecto de Inteligencia Artificial.

## ESPONSORIZACIÓN DESDE ARRIBA

Refiriéndonos al respaldo y apoyo activo de los líderes la organización. Implica también participación activa en la promoción, financiación y seguimiento del proyecto.

## VENTA CONJUNTA DE NEGOCIO CON TECNOLOGÍA

implica presentar un proyecto de IA no solo como una iniciativa tecnológica, sino como un esfuerzo conjunto que combina el conocimiento y la visión del negocio con la capacidad tecnológica.

## DEFINIR KPI'S

De esta manera se podrá medir el impacto y el rendimiento del proyecto de manera efectiva.

## HACER SEGUIMIENTO

Lo que implica recopilar datos, analizar métricas, realizar ajustes si es necesario y garantizar que el proyecto esté en camino para lograr sus objetivos.

# PARTICIPANTES

**Marco Isolani** Business Intelligence an commercial planning director Costa Cruceros

**Guillaume Léorat** Data Analytics Zurich Insurance

**Emilio Márquez** CEO La Latina Valley

**Carmelo Asegurado** Chief Supply Chain Officer en BigMat

**Francisco Escalona** Head of AI and Data Science en Orange

**Dominik Wanat** Data Analyst en Obramat

**Marina Ruiz** Associate Director Data Strategy en Merck

**Joaquín Onrubia** Data & Analytic Architect en Enagás

**Joaquín Novo** CIO/CDO en IESE

**Eduardo Suela Data Scientist** CDO, Fundador de Data Equity y miembro de AI-Network

**Adrián Bertol** especialista en ventas en IA en Grupo MASMOVIL y miembro de AI-Network



# ORGANIZADORES

**Tomás Martínez Buero** Presidente de AI-Network.

**Mariano Muñoz** Director y coordinador de AI Directors.

**Unai Obieta** Director y coordinador de AI Directors.

**Javier Fraile** Director Adjunto en AxiCom

**Mónica González** Country Manager en AxiCom

**Silvana Vega** Account Manager en AxiCom

**María Gil Tornero** PR & Comunicación en AI-Network

**Eva Grueso** Comunicación en AI-Network

# PARTNERS

 AXICOM BigData  
magazine