GUÍA RÁPIDA · CUSTOMER SUCCESS

Time to Value

Tu cliente no compró un software.
Compró un resultado.



¿Cuántos días pasan entre los dos?

Qué es y qué no

Cómo medirlo

Cómo acortarlo

CS Latam Hub

Desliza →

DEFINICIÓN

Qué es el Time to Value (TTV)

El tiempo que pasa entre la firma del contrato y **el primer resultado por el que el cliente te compró**.

LA FÓRMULA

TTV = fecha del primer valor – fecha de la firma

En productos self-service, el reloj parte en el registro.

EL PRIMER VALOR NO ES…

- ~~el kickoff~~
- ~~el go-live~~
- ~~el primer login~~

Sí es: el primer resultado que tu cliente puede mostrarle a su jefe.

POR QUÉ IMPORTA

El reloj empieza el día de la firma

BRECHA DE VALOR

El cliente ya paga y todavía no ve resultados.

- **Día 0 · Firma** — Corre el contrato… y la paciencia.
- **Kickoff** — Es una reunión, no un resultado.
- **Go-live** — La herramienta funciona. El cliente todavía no gana nada.

AQUÍ SE DETIENE EL RELOJ

Primer valor

El primer resultado que el cliente puede mostrar.

AQUÍ SE GANA LA RENOVACIÓN

- **Valor recurrente** — El caso de uso principal ya es rutina.
- **Renovación** — Se decide con todo lo anterior.

EL MODELO

No es un reloj. Son tres.

1

Primer valor

El primer resultado visible.

Ejemplo: el primer reporte que reemplaza a la planilla.

2

Valor recurrente

El caso de uso principal ya es rutina.

Ejemplo: el equipo lo usa cada semana sin que nadie lo empuje.

3

Valor de negocio

El resultado que justificó la compra, medido.

Ejemplo: el cierre mensual toma menos días, como se acordó en la venta.

El onboarding termina en el reloj 1.
La renovación se decide en el reloj 3.

LOS DATOS

La mitad de los equipos no lo mide

51%

de los equipos de onboarding no mide ni compara su time-to-value.

Rocketlane, Customer Onboarding Maturity Report (2023), más de 200 profesionales.

37,5%

es la tasa de activación promedio en SaaS B2B: más de 6 de cada 10 usuarios nuevos no llegan al primer valor.

Userpilot, Benchmark Report 2025 (62 empresas).

45%

de los equipos de onboarding todavía tiene la información del cliente repartida entre herramientas.

Rocketlane, State of Customer Onboarding 2025, más de 950 profesionales.

Ojo con los promedios. En productos self-service, el primer valor llega en cerca de 1,5 días (Userpilot, 2025). En B2B con implementación se mide en semanas o meses. Tu referencia es lo que prometiste en la venta.

EL DIAGNÓSTICO

5 frenos que alargan tu TTV

1 **Nadie definió el «primer valor»**
Cada área entiende algo distinto por «cliente implementado».

2 **Handoff sin contexto**
Customer Success parte sin saber por qué compró el cliente.

3 **Dependencias del cliente**
Datos, accesos e integraciones que esperan a su equipo de TI.

4 **El mismo onboarding para todos**
Un plan de 12 pasos para una cuenta que necesitaba 3.

5 **El sponsor desaparece**
Firmó, delegó y nadie de su lado empuja el proyecto.

EL PLAN

6 pasos para acortarlo

1. **Define el primer valor en la venta**
   Un resultado, una métrica y una fecha.

2. **Traspasa el «porqué de la compra»**
   El handoff lleva el objetivo, no solo el contrato.

3. **Arma un plan de éxito 30–60–90**
   Con responsables también del lado del cliente.

4. **Empieza por un solo caso de uso**
   El resto de la plataforma puede esperar.

5. **Mide por segmento y pon una alerta**
   Que suene cuando una cuenta se pasa del plazo.

6. **Documenta el primer valor**
   Y muéstraselo al sponsor, con números.

EL TABLERO

4 métricas para medirlo

TTV mediano por segmento

Días entre la firma y el primer valor. Usa la mediana: una cuenta extrema no te mueve el número.

% de cuentas con primer valor a tiempo

Cuentas que llegaron dentro del plazo ÷ cuentas nuevas del período.

Cuentas en brecha

Las que ya pasaron el plazo sin primer valor. Es tu lista de trabajo de la semana.

Retención por cohorte de TTV

Compara la renovación de las cuentas rápidas con la de las lentas. Te dice cuánto vale cada día que recortas.

AUTODIAGNÓSTICO

5 preguntas para tu equipo

- [ ] ¿Tienes escrito cuál es el «primer valor» de cada segmento?
- [ ] ¿El cliente lo conoce y lo aceptó antes del kickoff?
- [ ] ¿Sabes cuántos días tarda tu cuenta típica en llegar ahí?
- [ ] ¿Alguien recibe una alerta cuando una cuenta se pasa del plazo?
- [ ] ¿Le muestras al sponsor el primer resultado, con números?

Menos de 3 «sí»: tu TTV es una caja negra. Empieza por la primera pregunta.

PARA CERRAR

La renovación se empieza a ganar en las primeras semanas.

PREGUNTA PARA TI

¿Cuántos días tarda tu cliente en ver el primer resultado?

Más guías, métricas y playbooks de Customer Success para Latinoamérica:

cslatamhub.com

Guárdalo para tu próximo kickoff.