



EBOOK
ROI EN
HERRAMIENTAS
DE SOFTWARE

Un compendio de cómo medir el retorno de inversión
en materia informática empresarial



www.digitalware.com.co

DigitalWare
Technology that Changes PEOPLE's Lives

Una medición constante

En las empresas, tal vez desde su creación, existe una medición permanente, las diversas implementaciones de herramientas de software, inversiones en marketing entre otras son evaluadas en materia de retorno de inversión o ROI, como se le conoce de una forma más habitual.

Las organizaciones necesitan saber cuál es el retorno por cada rubro que invierten. Este indicador determinará si se hacen o no inversiones empresariales sobre ciertos aspectos que se consideran necesarios.

Aunque parece un tema común y bastante lógico, la medición del ROI, en una gran mayoría de los casos no es precisa porque casi siempre se piensa, únicamente, en materia económica desconociendo muchos otros factores que son un retorno de inversión permanente, pero que no se toma en cuenta.

En materia de tecnología se hacen importantes inversiones económicas que buscan simplificar procesos, hacer más productivos a los equipos y facilitar las tareas. Es entonces cuando se deben preguntar las organizaciones ¿estamos haciendo un correcto balance y medición del retorno de la inversión en materia tecnológica?

Pues en esta ocasión Digital Ware ha creado este sencillo, pero útil documento que lo llevará a entender y medir de una forma un poco más acertada el retorno de la inversión que está teniendo su empresa al momento de adquirir y optar por tecnología.

Así es que bienvenido.



CAPÍTULO

FUNDAMENTOS

Estos son algunos apartados teóricos que se deben entender antes de comenzar a hacer mediciones profundas sobre el retorno de la inversión.

¿Qué es el ROI?

El ROI o Retorno de Inversión (Return On Investment) es un valor que mide el rendimiento económico que se obtiene al realizar una inversión. Este es un indicador favorable para medir el éxito de la implementación TI por parte de los gestores.

La fórmula para calcular el ROI es la diferencia entre el ingreso y la inversión, dividida por la inversión: $ROI = (\text{Ingreso} - \text{Inversión}) / \text{Inversión}$. Este resultado da una cifra que indica el retorno obtenido por la inversión y suele convertirse a porcentaje para analizar este retorno.



Sin embargo, cuando se trata de tecnología esto debe entenderse más como un indicador, que cuantitativamente le permite a la alta dirección de las empresas encontrar un retorno económico en los modelos financieros, los procesos y en todo el ciclo de vida de una compañía.

2

CAPÍTULO

¿ES SOLO UNA FÓRMULA?

El ROI no es solamente un indicador ni una fórmula. El mal entendimiento de esta métrica ha llevado a empresas a casos funestos que marcaron la historia.



Algunos datos a saber

Según estudios recientes, actualmente en Colombia **el 96% de las empresas no son capaces de evaluar la viabilidad de una inversión**, lo que se traduce en pérdidas económicas y financieras. Aunque situaciones similares se presentan en otros países de Latinoamérica, esto no es una tendencia típica de esta parte del mundo.

A continuación, se presentan algunos casos que marcaron la historia por no comprender correctamente qué es el ROI y que no solo se manifiesta de manera cuantitativa.



Historias para no repetir

En 1998, la NASA envió a Marte la sonda Mars Climate Orbiter con el objetivo de conocer la atmósfera, la superficie y el clima del planeta rojo. Este era un proyecto ambicioso que daría a la entidad norteamericana un gran reconocimiento y, detrás de él, logros como premios y reconocimientos. Sin embargo, el no entender el Retorno de Inversión de una forma clara llevó a que el experimento fuese un total fracaso.

El proyecto tuvo un costo **cercano a los 125 millones de dólares** que, para el día de hoy, equivaldría a una cifra cercana a los **340 millones de dólares**.

Cuando se eligieron los proveedores externos para crear la sonda se eligió a una compañía inglesa la cual medía las distancias que recorrería el artefacto en **unidades del sistema métrico anglosajón**. Por su parte, La NASA implementó un software que entregaría las órdenes a la pequeña nave en el **sistema métrico decimal**.

El ROI planteado, no era solamente económico, sino que era un tema reputacional, investigativo y de carácter científico que permitiría el avance de la humanidad, pero este pequeño error de los sistemas métricos haría que el retorno de la inversión no fuera diferente a 0.



Al poner la sonda en órbita las órdenes que recibía desde tierra eran en sistema métrico decimal y el sistema anglosajón interpreta estas órdenes de una forma absolutamente distinta lo que causó que la Mars Climate Orbiter se fuera a pique llevándose con ella los **125 millones de dólares**, el trabajo esmerado de un equipo interdisciplinario de miles de personas y dejando a su paso una serie de despidos, sin contar los graves escándalos que hasta hoy ensucian el nombre de la entidad aeroespacial más importante del planeta.

E.T. el extraterrestre que sepultó a ATARI

Un pequeño llamado Elliot encontró a un espécimen de otro planeta en el patio de su casa y desde ese momento el mundo tuvo una concepción amorosa y tierna de los seres que podían provenir de otros mundos. Fue tanto ese cariño que **los índices de taquilla se superaron de manera tal que E.T. se convirtió en un referente de venta en el mundo.**

Ese gran éxito que tuvo la película del productor norteamericano, Steven Spielberg, que diversas industrias quisieron una rebanada del impacto positivo que el film tuvo en la gente, entre esas estuvo la del software y los videojuegos. Lo que nadie se imaginó es que todo esto terminaría en una **historia funesta relacionada con el ROI.**

Era 1982, la compañía norteamericana de videojuegos, ATARI, decidió comprar la franquicia de la película para desarrollar un juego que debería salir antes de las fiestas navideñas de ese año.

La licencia costó **20 millones de dólares**, y la inversión en publicidad superó los **4.5 millones de dólares** esperando que su ROI fuera tres veces superior. Sin embargo, un error se cometería y destruiría los resultados.

En menos de cuatro semanas, Howard Scott Warshaw, experto desarrollador, debería terminar el juego, del cual se deberían vender **5.000.000 de copias**. Sin contratiempos, el éxito estaba totalmente garantizado.

En todo el proyecto se invirtieron **130 millones de dólares**, que para el día de hoy serían unos 740 millones de dólares y se suponía que este desarrollo daría cinco veces ese valor en ganancias.

Sin embargo, el corto tiempo para la creación del juego y la improvisada planeación sobre el ROI hizo que el juego fuera catalogado como “el más malo de la historia”. Las revistas especializadas lo calificaron con términos como “peor que basura” y nadie quiso comprarlo cuando lo conocieron.

El juego trajo tan malos resultados que para que los empresarios que estaban en proyecto pudieran pagar sus deudas tuvieron que despedir a **1.200.000 y más de 20 empresas cerradas**. Como el producto fue tan malo, los 5 millones de juegos debieron ser enterrados en el desierto de Nuevo México, lugar donde aún yacen los recuerdos de la inversión informática más pésima de la historia.



La poca comprensión del ROI y un mal entendimiento de los objetivos terminan en casos como los que se expusieron en el capítulo anterior.

3

CAPÍTULO

¿QUÉ FALTÓ PARA QUE ESTAS EMPRESAS TUVIERAN ÉXITO?

Aspecto	Solución
Error número 1: No tener la madurez ni el tiempo suficiente para la creación o implementación de una herramienta tecnológica.	Para no incurrir en este tipo de errores es preciso contar con un proveedor con alta experiencia y que conozca a fondo las necesidades de su cliente y que además garantice una fase exhaustiva de pruebas previas antes de la implementación.
Error número 2: Una mala planeación	A la hora de implementar un software, no basta con buscar en el mercado y verificar los precios. Es imprescindible tener claros los objetivos y los procesos para automatizar o innovar.
Error número 3: Entender que el ROI es algo más que un resultado	A pesar de la creencia popular, el retorno de la inversión es mucho más que poner un dinero en algo y esperar que venga un resultado. Es más un análisis que una suma.

Aspectos complementarios



Según un estudio desarrollado recientemente por diversas marcas de tecnología, se concluyó que el **46% de sus encuestados**, entre los que están usuarios finales de herramientas de tecnología, aseguraron que tener **herramientas tecnológicas lentas y desactualizadas generan una baja significativa en su productividad**.

En este sentido, se deduce que el **ROI** de esas herramientas, no es solamente lo que se invirtió en ellas, sino que su poco desempeño hace que los empleados no sean productivos, que haya deserción y un deficiente clima laboral.

Otro estudio reciente, reveló que el **73% de los trabajadores en Colombia asegura tener una mala herramienta tecnológica** que aumenta su estrés y que además no le permite cumplir a cabalidad con su trabajo.

Estas son esas variantes que se generan de no entender que el retorno no de inversión es algo más que solo una simple fórmula.

4

CAPÍTULO

¿CÓMO MEJORAR LOS RESULTADOS?

Luego de comprender algunas variables que causan el error en el ROI, también es importante tener claro **cómo evitar caer en ese tipo de errores** como los que se nombraron en el capítulo anterior.

Para no caer en este tipo de errores basta con tener en cuenta estos cuatro puntos clave:

- 01** Realinear las inversiones
- 02** Adquirir un software y herramientas de alta productividad
- 03** Reorganizar las prioridades
- 04** Cuando se decida realizar una inversión, validar cuáles son procesos que se quieren automatizar



Aspectos indispensables para obtener un ROI en materia de tecnología:

Nunca dos cambios a la vez: cuando se trata de hacer cambios en temas de tecnología, nunca es prudente hacer demasiados cambios al simultáneo. Siempre se debe terminar un proceso para iniciar con el otro.

Adaptar un proceso de mejora continua, enfocado en el cambio de los procesos basados en la planificación estratégica: Tener siempre un plan de evolución permanente es fundamental a la hora de implementar herramientas de tecnología.

No basta con tener la herramienta y que esta automatice o mejore algunos procesos. Siempre será necesario tener personas capacitadas y con disposición al cambio que le saquen mayor provecho a los aplicativos.





Gestionar correctamente las expectativas: siempre que se opta por una nueva herramienta tecnológica se debe tener una total claridad sobre lo que la herramienta ofrece y que los resultados no se darán de manera “mágica”, sino que hay un trabajo permanente y que la evolución se irá dando poco a poco. No es correcto esperar que apenas se implemente la solución todos los inconvenientes se solucionarán, prácticamente, solos ni de manera inmediata.

Contar con un servicio de soporte y formación personalizados: como se dijo unas líneas más arriba la capacitación es fundamental. Además de ello, tener un proveedor que sea un doliente de los resultados es un factor decisivo que asegura un ROI satisfactorio.

A graphic design featuring a large white hexagon in the center. Inside the hexagon is the DigitalWare logo, which consists of the word "DigitalWare" in a bold, sans-serif font, with a blue swoosh above the "e". Below the logo is the tagline "Technology that Changes PEOPLE's Lives". The background of the graphic is a collage of images: a modern glass building with the DigitalWare logo on its facade, and a network diagram with yellow and blue nodes and lines. The overall color scheme is dominated by yellow and blue.

Colombia | Ecuador | Perú | México | Panamá | Chile | Bolivia
Escríbanos a ventas@digitalware.com.co o llámenos a +57 300 289 10 94