



## **:: La importancia del ROI de sus proyectos WEB ::**

**Por:** Juan Carlos Vásquez  
**YAGÉ** evolución digital  
jucavas@yage.com.ec

Desde hace algún tiempo las empresas han cambiado su visión sobre la necesidad de estar en la red. Al principio fue una fiebre: “para no quedarnos fuera”, o por que “todos la tienen”. Pero poco a poco la visión ha cambiado y los directivos quieren ver los resultados de sus inversiones. A preguntas como ¿Qué beneficio me da tener presencia en la web? ¿Cómo lo puedo medir? Las empresas están buscando respuestas concretas, cuantificables.

Esto hace que las empresas de desarrollo de soluciones web no sólo se especialicen en encontrar los beneficios que el Internet puede traer a cada empresa sino -y fundamentalmente- cómo medirlos.

El retorno sobre la inversión ROI (return on investment) es el indicador que usan las empresas para medir el éxito de los proyectos y se calcula de forma directa. El cálculo real del ROI es muy simple, se divide los ingresos del proyecto para los costos, para obtener la relación. Los costos incluyen el análisis inicial, la adquisición del servicio de una empresa externa, el mantenimiento, la elaboración de informes, la administración y los costos de oficina. Aunque no se podrán cuantificar, siempre es conveniente señalar en los reportes los beneficios intangibles.

Pese a que esta no es una práctica muy utilizada en nuestro país, la necesidad de velar por el rendimiento de las inversiones hace que los esfuerzos del área de sistemas de las compañías se centre en la selección de proveedores que se enfoquen en resultados, que tengan experiencia y que den pautas concretas para conocer como calcular el ROI en forma práctica, precisa y eficiente.

### **Beneficios y ROI**

En los proyectos web tendremos que diferenciar entre los beneficios que nos trae tener una página web y los factores que me producen rentabilidad. En los dos casos, tanto los beneficios como los Retornos Directos son palpables, pero mientras los primeros no son cuantificables los segundos si.

Cuando un proyecto web está bien conceptualizado, siguiendo los parámetros de usabilidad, estructura basada en objetivos, y un correcto posicionamiento en buscadores, se puede conseguir como beneficios típicos los siguientes:

- Nuevas oportunidades de negocio
- Operación las 24 Horas los 365 días del año
- Penetración en mercados nacionales
- Penetración en mercados internacionales
- Reforzar imagen corporativa
- Branding
- Permanencia en el mercado

Mientras que cuando los proyectos son conceptualizados buscando objetivos precisos, determinando desde el inicio cuales son los resultados que buscamos podemos definir los índices que justifican nuestra inversión. Para calcular el retorno monetario se debe diseñar una metodología de medición para cada proyecto, o por lo menos líneas guías que permitan medir su impacto. A continuación se plantean algunos lineamientos:

- **Estudio de estadísticas:** análisis del número de visitantes promedio mensuales, visitantes repetidos y tiempo de permanencia del cliente en el web (antes y después). No se deje engañar por los “hits”, esto no es una medida de éxito.

- **Crecimiento de las visitas en el tiempo:** durante los primeros meses se debe crecer en visitantes. Para eso se debe empezar con campaña de publicidad bien estructurada.

- **Períodos de proceso comercial más cortos.** Proceso de ventas antes y después cuando se usa como referencia el proyecto web. Se debe hacer un promedio del tiempo utilizado antes de implementar el proyecto y luego utilizando la herramienta.

- **Mayor de eficiencia operativa.** Cuanto me demoraba antes, cuanto me demoro ahora en los mismos procesos. Si mi proyecto web afecta directamente la cadena de valor de la empresa (maneja interacción con proveedores y distribuidores, etc), cuales son las variables de mejora: mejoramiento de cartera (cobranzas y pagos, etc.).

- **Porcentaje de mejora en los contactos a través del web (emails, formularios, etc.)**

En el caso de rediseños: Se tiene el número de contactos actuales frente a los anteriores. En el caso de web sites nuevos: cantidad de contactos adicionales conseguidos en el web frente a los contactos de la empresa.

- **Número de contactos internacionales.** Cuantos contactos se han realizado al mes antes de la implantación del sistema contra los que han llegado via web.

- **Número de negociaciones iniciadas a través del web:**

muchas empresas no tienen sistemas de venta en línea pero dan la opción de iniciar los contactos iniciales vía web. Es importante mantener un historial de cada negociación iniciada y concretada.

- **Incremento en nivel de satisfacción de clientes.**

Encuestas al cliente (internas y externas) para determinar la satisfacción del usuario con la herramienta, estos cuestionarios deben enfocarse en los beneficios que el usuario percibe de la herramienta.

Podríamos seguir enlistando varios tipos de métricas distintas, pero cada proyecto debe buscar sus propias variables que dependerán del trabajo de consultoría inicial.

## **Algunas consideraciones Adicionales**

Uno de los expertos más importantes en este campo: Jack Phillips en su libro "The Consultant's Scorecard" hace una verdadera apología del cálculo del ROI, invitando a los consultores y a las empresas a enfocarse en resultados. Aprender a calcular el ROI y enseñar a las empresas a ver en este parámetro el único modo REAL de rendir cuentas.

Phillips señala que para ser efectivo, el cálculo del ROI debe ser lógico y simple de realizar. Evitando las ecuaciones complejas. Ser creíble y teóricamente seguro. Además de económico, o financieramente viable de implementar. Finalmente, asegura que para tener éxito se debe aprender a ser flexible, de tal forma que se pueda aplicar los criterios del ROI antes y después del proyecto. Ya que los clientes siempre quieren un estimado del ROI antes de la consultoría.

Para los consultores, el primer paso para desarrollar un buen ROI es una buena planificación. Esto involucra desarrollar los objetivos apropiados y crear un plan de evaluación, indicando como serán medidos estos objetivos. Es recomendable especificar el tipo de información que va a ser recolectada, el método de recolección y cuando serán tomadas las muestras.

Antes de empezar el proyecto, todos deben estar de acuerdo en las expectativas precisas, y mutuamente definir los términos del éxito. Es la única forma de no desfigurar el proyecto o crear sobre expectativas•

## Recursos Recomendados

### **Pack SEO de Promoción y Posicionamiento Web: Secretos Para Promocionar Tú Página Web, Sin Gastar Un Sólo Céntimo**

#### **¡ Nada de Palabras de RELLENO Inútiles, Sólo Trucos, Técnicas y Estrategias Prácticas !**

La única cosa mejor que conseguir tráfico web, es conseguir tráfico web **GRATIS!** **Espectacular** Pack SEO de Promoción y Posicionamiento Web, **Recomendado** para la pequeña y mediana empresa, autónomo, emprendedor o webmaster que necesiten promocionar su sitio web invirtiendo solo su tiempo.

Cualquier emprendedor o PYME con negocios en Internet puede conseguir mucho tráfico web, si hacen ciertas cosas...y este Pack le **DESVELA** detalladamente y por primera vez, esas cosas...Trucos, Técnicas y Estrategias probadas desde el 2004 hasta 2010 para conseguir tráfico cualificado para los sitios Web, Sí Pone en Práctica los sistemas revelados en este manual, conseguirá un continuo flujo virtualmente ilimitado de visitantes cualificados y potenciales clientes a su tienda o negocio en Internet.

**[Más Info](#)**

## Recursos Recomendados

### **Manual Práctico:**

## **Aprenda a Diferenciarse y Ganar Clientes, Con Su PUV**

**¡140 Páginas De Contenido Real, Sólo**

**Contenido Relevante y Ejercicios Prácticos**

**Antes Disponibles Para Las Grandes Agencias de  
Marketing y Publicidad y Unos Pocos Privilegiados!**



Aprenderá paso a paso de forma clara y sencilla como nunca antes otro experto de habla hispana lo ha presentado, cómo desarrollar su estrategia de diferenciación y posicionamiento empresarial que le llevarán a sintetizar en su PUV, el mensaje en torno al cual girarán todas sus estrategias de marketing y publicidad.

Las “Estrategias de Diferenciación y Posicionamiento Empresarial”, que sólo estaban al alcance de las Grandes Agencias de Publicidad, y de unos pocos privilegiados, desde ahora TODAS a tu disposición.

Olvídese para siempre de contratar una Agencia de Publicidad que le cobre miles de dólares para ayudarle a diferenciar y posicionar su empresa...

**¡ Es Sin Lugar A Dudas,  
El Mejor Y Más Completo Manual Práctico  
Sobre PUV´s Que Se Halla Escrito Jamás  
En El Marketing De Habla Hispana!!!**

[Más Info](#)

## Recursos Recomendados

### ***Suscripción Online Al Boletín De Marketing Del Emprendedor de Negocios en Internet "Noticias En Red"***

<b>Recursos</b>	<b>Boletín por suscripción voluntaria</b>
Tema:	Boletín GRATIS con artículos, herramientas de marketing publicidad y promoción para emprendedores de negocios en Internet.
Dirección Web:	<a href="http://www.capsulasdemarketing.com/suscripcion-boletin.html">http://www.capsulasdemarketing.com/suscripcion-boletin.html</a>
Acceso:	Gratis
Actualizado:	Semanalmente
Editor:	<a href="mailto:notired@capsulasdemarketing.com">notired@capsulasdemarketing.com</a>

## **Sobre el autor**

Omar Jareño, es Ingeniero técnico en sistemas informáticos, titulado con diploma superior europeo en marketing digital, desde el año 1986, ha desarrollado su carrera profesional en el entorno de la pequeña y mediana empresa primero como emprendedor y luego como asesor en el diseño de los negocios en la red.



Es uno de los principales expertos en marketing en la red hispana, que le ayudará a desarrollar su negocio en Internet. Es autor de varios libros importantes de marketing en Internet y comercio electrónico, cursos y audio seminarios, disponibles en Internet.

Colabora como articulista y asesor experto de Marketing en portales especializados de Internet en España como:

<http://www.CapsulasDeMarketing.com>    <http://www.WebDiGal.com>

<http://www.Emagister.com>    <http://www.Marketing-xxi.com>

Participa con asiduidad en cursos, jornadas, talleres y seminarios con las últimas tendencias de marketing y comercio electrónico, tanto de ámbito nacional como internacional.

Ahora esta aquí a su total y completa disposición para ofrecerles toda su experiencia y conocimientos adquiridos frutos de sus estudios continuos del comercio electrónico, para ayudarles a desarrollar un negocio fuerte y exitoso en la red.

Visite **WebDiGal**, diseño Web orientado al marketing”, desde donde Omar Jareño y su equipo de profesionales podrán asesorarle y desarrollar su proyecto de negocio en Internet.



También encontrará información relevante.

### **Referencias en Internet**

- ❑ Diseño Web orientado al marketing: [www.WebDiGal.com](http://www.WebDiGal.com)
- ❑ Articulista y Asesor Experto de Marketing:  
[www.CapsulasDeMarketing.com](http://www.CapsulasDeMarketing.com)
- ❑ Editor del Boletín de [www.CapsulasDeMarketing.com](http://www.CapsulasDeMarketing.com)
- ❑ Mi sitio web [www.OmarJareno.com](http://www.OmarJareno.com)
- ❑ Director de [www.PcShopGalicia.com](http://www.PcShopGalicia.com)

**P.D.:** ¿Quieres saber algo más sobre Omar Jareño?

Puedes buscar aquí: [Omar Jareño en Google](#)

Si queréis un negocio fuerte y rentable en Internet, Omar Jareño junto a su equipo desarrollan sitios Web "amigables" pensados en los visitantes y potenciales clientes para que estos naveguen con facilidad y encuentren los productos o servicios que están buscando, de una manera ágil y sencilla, con un diseño Web que resulta no solo agradable visualmente, sino también que esta programado desde una perspectiva del marketing para que puedan ser "atrapados" e inducidos a la compra.

Para cualquier información o consulta comercial podéis dirigiros por los siguientes medios de contacto:

#### **Atención telefónica**

Tel.: +34 981 256 119

Tel.: +34 629 577 788

#### **Horario**

**Lunes a Viernes:**

10:00 PM a 20:00 PM