

Belo Horizonte, 02 de junho de 2010

Aluno: Sócrates Fernandes

## Retorno de Investimento — ROI

Quando desenvolvemos um projeto, precisamos estar sempre atentos aos custos envolvidos, procurando sempre mante-los os menores possíveis, e ainda assim atingir excelência em qualidade e aceitação do público. Uma boa maneira de facilitar este processo é investindo em usabilidade, mas poucas empresas — sejam elas produtoras ou clientes — demonstram reconhecer a importância desta técnica, ignorando as vantagens que ela pode trazer. Uma boa maneira de reverter este quadro é educando profissionais e clientes em potencial com a ajuda do ROI, ou Retorno de Investimento.

Segundo Leal (2006), “o retorno do investimento (ou ROI) é o benefício que obtemos por cada unidade investida em tecnologia durante um certo período de tempo. Geralmente é usado para verificar a viabilidade de um projeto e medir a sua taxa de sucesso.”

O ROI também pode ser útil para que um gestor compare diferentes oportunidades de negócio, afim de decidir qual delas é a melhor. Além disso, pode ser usado também para produzir um framework de gerenciamento, a partir do estudo das etapas de desenvolvimento de um projeto.

Para a definição do ROI, é necessário analisar três estágios:

1. Antes do desenvolvimento: etapa onde se observa a situação atual do cliente e as estimativas de custo do projeto;
2. Durante o desenvolvimento: estágio onde se faz o controle dos custos, do tempo e da equipe de desenvolvimento;
3. Depois do desenvolvimento: etapa onde se verifica se houve aumento de vendas e margem de lucro em relação ao início do projeto.

Para a quantificação do retorno de investimento, utiliza-se a seguinte relação custo/benefício:

$$\text{ROI} = (\text{Benefícios} / \text{Custos}) \times 100$$

Esta quantificação se torna complicada e é por vezes criticada, pois, embora os custos de um projeto sejam fáceis de serem calculados, é muito difícil se definir os benefícios que a usabilidade pode trazer, pois são muitas variáveis envolvidas e algumas delas só se concretizam no estágio posterior ao projeto. O melhor que se pode fazer é criar uma estimativa destes valores, que não seriam exatos, mas aproximariam os interessados de uma situação real de mercado. A grande vantagem desta prática é que as estimativas ficam mais acuradas com a experiência e com a prática.

Para Santa Rosa e Moraes (2010: 31):

*“Incorporar a usabilidade no seu processo pode reduzir os custos e o tempo de desenvolvimento e melhorar o produto final. Deve-se ter em mente os usuários finais em todas as etapas de desenvolvimento e processos de produção, para análise das necessidades, projeto conceitual, prototipagem e produção.”*

De acordo com a UPA — Associação dos Profissionais de Usabilidade — os testes de usabilidade podem oferecer as seguintes vantagens competitivas, internas e externas:

#### **Retorno interno de investimento**

- Aumento de produtividade
- Diminuição de erros
- Diminuição de custos com treinamento
- Economia com modificações feitas em estágios iniciais
- Diminuição de custos com suporte
- Redução de custos no desenvolvimento e na manutenção

#### **Retorno externo de investimento**

- Aumento em vendas
- Diminuição de gastos com suporte
- Economia com modificações feitas em estágios iniciais
- Diminuição de custos com treinamento
- Aumento na satisfação do consumidor

Leal (2006) afirma que “a usabilidade é a estratégia aplicada ao desenvolvimento de projetos que mais produz retorno de investimento.”

Bosert (1991) *apud* UPA (2006) diz que técnicas de usabilidade ajudam a reduzir o tempo de desenvolvimento em 33% a 50%.

Segundo Santa Rosa e Moraes (2010: 31), “O mais fácil de usar é também o mais simples de vender e resulta numa vantagem na comparação com produtos da concorrência por serem mais fáceis de configurar, aprender e utilizar”.

Jakob Nielsen (2003) afirmou que o investimento em usabilidade gera um retorno de 135%, e que 10% da verba de um projeto deveria ser direcionada para usabilidade.

Merholz e Hirsch (2003) escreveram críticas sobre o relatório de Nielsen, e não concordaram com os números ou com a metodologia empregada por ele:

*“... a menos que a gerência se concentre apenas no índice executivo e não leia o relatório propriamente dito, esta abordagem pode ser um tiro pela culatra para os especialistas em usabilidade. É provável que um gerente com qualquer noção de teste de hipóteses, de boas práticas financeiras ou de cálculos de ROI ficará cético quanto à validade deste relatório, devido à sua fraca metodologia, contabilidade enganosa e amostragem equivocada...” (tradução nossa)*

Anos mais tarde, em um novo estudo, Nielsen (2008) concluiu que o ROI em usabilidade diminuiu de 135% para 83% com o passar dos anos, devido a dois fatores: aumento na qualidade geral do design e usabilidade de websites, que antes eram, em sua grande maioria, abomináveis; e o congelamento das verbas destinadas aos testes de usabilidade, que não cresceram na última década, embora esta prática nunca tenha sido tão utilizada quanto agora.

Mesmo não havendo consenso sobre a definição do ROI, todos os especialistas concordam que o retorno financeiro existe. Alguns tentam quantificá-lo, e outros dizem que isso não é possível, pois as inúmeras variáveis não permitem antecipá-lo ou mensurá-lo com precisão.

Recomenda-se que seja evitada a utilização de números exatos, mas vale lembrar que quando se fala em Retorno de Investimento, não se trata exclusivamente de valores financeiros. O retorno pode vir de outras formas, como na inclusão social, no aprimoramento de profissionais e na construção de valor de uma marca.

Apesar de recomendados pelos especialistas, os testes de usabilidade ainda são pouco aplicados ou valorizados. Além do declínio de investimentos causado pela crise atual que vem acometendo países do mundo inteiro, as causas mais apontadas são: o aumento de custos; a falta de verba ou de profissionais especializados no desenvolvimento de um projeto; e o aumento no tempo de execução do projeto.

## Referências:

### *Bibliográficas:*

BECKMAN, Sara; FRASER, Janice; HIRSCH, Scott. **Leveraging Business Value: How ROI Changes User Experience**. Adaptive Paths Reports.

SANTA ROSA, José Guilherme, MORAES, Anamaria de. **Avaliação e projeto no design de interfaces**. Ed. Novas Ideias – 2AB

### *Eletrônicas:*

#### **The Usability Professionals' Association**

Disponível em: <http://www.upassoc.org/>

#### **Webinsider (Michel Lent Schwartzman)**

Disponível em: <http://webinsider.uol.com.br/2005/02/21/esse-tal-de-roi/>

#### **Useit.com: Jakob Nielsen's Website (Return on Investment for Usability)**

Disponível em: <http://www.useit.com/alertbox/roi-first-study.html>

#### **Boxes and Arrows (Report Review: Nielsen/Norman Group's Usability Return on Investment by Peter Merholz and Scott Hirsch on 2003/07/28)**

Disponível em: <http://tinyurl.com/fvjp2>

#### **Useit.com: Jakob Nielsen's Website (Usability ROI Declining, But Still Strong) —**

Disponível em: <http://www.useit.com/alertbox/roi.html>