

Proposta para o desenvolvemento dunha ferramenta para o cálculo do RODI

O retorno sobre os investimentos, chamado ROI (*Return On Investment*) é un valor que mide o desempeño obtido ao realizar un investimento.

A fórmula tradicional do ROI é a seguinte:

(Ingreso - Investimento) / Investimento

Por exemplo, se a nosa expectativa de ingresos netos anuais é de 100.000€ e o investimento é de 40.000€, o ROI será de 1,5. En caso de non superar os ingresos polo investimento realizado, o ROI será negativo.

Pero o resultado esperado dos investimentos realizados non sempre está directamente relacionado coas vendas dun produto ou servizo específico, o que é moi común cando se trata de investimentos en deseño. Hai estudos que demostran que as empresas que invisten en deseño teñen un retorno positivo; de feito, segundo un estudo do DMI (Design Management Institute), as empresas (grandes empresas do S&P Index) que investiron en deseño tiveron un crecemento dos seus resultados económicos nos últimos 10 anos do 211%.

Estes estudos demostran que grazas ao deseño, unha alta porcentaxe conseguiu vender máis, exportar máis e ser máis resilientes ao impacto das crises; mais sempre estamos a falar de grandes empresas e só de xeito puntual de pequenas e medianas empresas. Unha das razóns é a case inexistencia de ferramentas adaptadas ás pemes, especialmente ferramentas que axudan a tomar decisións e minimizar o risco. Paradoxalmente, o risco é menor cando unha gran empresa inviste millóns de euros en deseño que cando unha peme inviste miles de euros en deseño.

Non significa que para as grandes empresas o risco non sexa elevado, pero teñen os recursos (financeiros, humanos...) para rectificar a tempo. Non obstante, as empresas máis pequenas enfróntanse a maiores riscos xa que en xeral non teñen os mesmos recursos nin ferramentas que lles axuden a dimensionar os seus investimentos, en particular para calcular ou, polo menos estimar, o seu retorno. Polo tanto, como se observa no Estudo da Economía do Deseño en Galicia realizado, ter unha ferramenta para axudar a tomar decisións sería moi útil para aumentar a súa competitividade. De feito, moitas pemes escalan os seus investimentos á baixa porque non teñen referencias, e outras fan importantes investimentos incontrolados sen avaliar os riscos.

Calcular o retorno dos nosos investimentos en deseño implica considerar diferentes variables. Estas son as dúas variables de partida:

1. Valorar o investimento, con todo o que implica, custos directos e indirectos, ciclo de vida, tempos non só dos profesionais do deseño, sexan profesionais do persoal ou servizos externos, senón tempos doutras persoas relacionadas co proceso, impactos directos (ventas, resultados) e outros impactos habitualmente xerados como son os de carácter social ou ecolóxico.
2. Estimar o tempo no que se espera recuperar o investimento.

Estes dous conceptos aínda que son obvios, a miúdo son difíciles de determinar na práctica. Hai varias razóns:

- Onde comeza e remata o proceso de deseño? Cando valoramos un investimento en deseño incluímos todas as fases: ideación, prototipado, lanzamento...?
- Incluímos todos os custos, tanto directos como indirectos?
- É un deseño ou un redeseño?
- O retorno desexado, valorarémolo segundo as vendas realizadas, a mellora dun proceso, a mellora do noso posicionamento?
- O retorno desexado é a curto prazo como unha campaña puntual, ou a longo prazo para por exemplo posicionar unha marca?
- Temos un orzamento ou facemos o investimento con outros recursos dispoñibles?

Calcular o retorno dun investimento dunha máquina é relativamente sinxelo. Supoñamos unha partida de inmovilizado material que se adquiriu o 1 de xaneiro de 2017 por 50.000€, que segundo as táboas actuais se amortiza ao 12% cunha vida útil de 8,33 anos. A 31 de decembro de 2020, transcorreran 4 anos e amortizouse un 40%, tendo así un valor neto de 30.000€. Segundo a vida útil asignada, quédanlle 4,33 anos, eses 30.000€ de valor neto deben amortizarse a un ritmo de 6.928,40€ ao ano ($30.000 / 4,33$) para que o elemento se amortice totalmente aos 8,33 anos despois a súa adquisición (abril de 2025).

Agora, cando realizamos un investimento en deseño, ademais de non estar normalmente incluído nas táboas de amortización, hai moitos factores que afectan á «vida útil» do novo deseño.

Imaxinemos unha web. Decidimos crear unha páxina web e contratamos un estudio de deseño que a principios de 2021 nos facturou 30 días polos seguintes servizos:

- Obtención de dominio: a cargo da empresa.
- Tratamento da información (textos en bruto, fotografías, vídeos...): a cargo da empresa.
- Deseño gráfico dun sitio web con contido fixo preparado en dous idiomas: 3.000€
- Proba e mellora da aplicación e carga rápida do contido, ademais de cumprir os requisitos fundamentais de usabilidade e accesibilidade: 1.500€
- Mantemento: 600€/ano (facturarase 6 meses despois da posta en servizo).

Total: 4.500€

Contabilización das operacións derivadas da información anterior.

Neste caso, o sitio web pode contabilizarse como un elemento intanxible sempre que cumpra os requisitos de recoñecemento establecidos no Plan Xeral de Contabilidade (PGC). Para o recoñecemento dun activo fixo inmaterial, é necesario que, ademais de cumprir a definición dun activo e os criterios de rexistro ou recoñecemento contables contidos no Marco de contabilidade conceptual, cumpra os criterios de identificación. O mencionado criterio de identificación implica que o activo fixo cumpre un dos dous requisitos seguintes:

- É separable, pode ser separado da empresa e vendido, transferido, entregado para explotación, arrendado ou intercambiado.
- Xorde de dereitos legais ou contractuais, independentemente de que estes dereitos sexan transferibles ou separables da empresa ou doutros dereitos ou obrigacións.

No caso do noso sitio web, poderíamos calcular, por exemplo, os traballos mencionados anteriormente como textos, vídeos, traducións, así como o tempo adicado a reunións internas para deseñar o sitio web e reunións co estudio de deseño. Estes gastos poderían xustificarse como «traballo realizado pola empresa polos seus activos», segundo o Plan Xeral de Contabilidade (PGC), o texto que regula os estándares contables que deben empregarse en España.

Este concepto de «traballo realizado na empresa polos seus activos» inclúe a contraparte dos gastos realizados pola empresa polos seus activos fixos empregando o seu propio equipo e persoal. Pode afectar tanto a propiedades, instalacións e equipamentos (instalacións técnicas, equipos para procesos de información, reparacións ou melloras, etc.), como investimentos inmobiliarios (terreos, edificios e construcións como investimento) e activos intanxibles (aplicacións informáticas, investigación e desenvolvemento, producións audiovisuais, etc.).

Non obstante, non é habitual contabilizar moitos destes gastos en pequenas e medianas empresas, especialmente cando se trata de intanxibles. Ademais, poderíase cuestionar a aplicación do criterio de identificación que implica que o activo fixo é «separable, capaz de ser separado da empresa e vendido, transferido, entregado para explotación, arrendado ou trocado».

Por que sería útil ter unha ferramenta que nos axude a calcular o retorno dos nosos investimentos en deseño?

Está claro que son necesarias ferramentas para xustificar os investimentos en deseño e poder calcular o retorno deses investimentos, do mesmo xeito que se calcula o ROI ao investir en terreos, edificios ou bens de equipo, por citar algúns.

Os principios de contabilidade formal están a priori lonxe dos impactos xerados polo deseño, especialmente cando se trata de intanxibles. Non obstante, contabilizar os custos de deseño no lugar adecuado é moi importante para o seu recoñecemento como investimentos e, polo tanto, para poder calcular o seu retorno. É o xeito de recoñecer o seu valor, de recoñecer que son activos; en definitiva, de demostrar que investir en deseño é rendible, con beneficios non só financeiros senón tamén sociais e ambientais nas economías actuais.

O deseño dunha ferramenta que permita estimar o retorno do investimento en deseño é clave para, por un lado, verificar que o deseño está intimamente ligado á competitividade e, por outro, poder tomar decisións estratéxicas.

Segundo o Estudo da Economía do Deseño en Galicia realizado, hai moitas aplicacións do deseño e disciplinas asociadas. No traballo realizado en torno á taxonomía, debido á necesidade de comunicar mellor o que é o deseño e o que fan as deseñadoras e deseñadores, sen intentar limitar ou reducir o amplo campo do deseño, acordouse seis bloques diferenciados: deseño gráfico e comunicación visual, deseño de procesos e organización, deseño dixital, deseño industrial e de produto, deseño de espazos e deseño de moda. E 26 sub-bloques.

Esta taxonomía axúdanos a identificar e dimensionar os investimentos, xa que é pouco habitual que un investimento en deseño caia nunha soa especialidade.

INVESTIR

Doado dicilo. Todo investimento implica tanto un risco como unha oportunidade. É un risco porque o retorno non está garantido e é unha oportunidade porque un investimento refírese ao acto de aprazar o beneficio inmediato debido á promesa de beneficios, resultados ou impactos máis ou menos probables.

En teoría, calquera empresa debería ter un plan de investimento, sendo a base para determinar a cantidade de recursos externos que necesitaremos para iniciar un novo proxecto, deseñar novos produtos ou dar a coñecer os nosos servizos. Supostamente é o punto de partida para reunir as fontes de financiamento adecuadas, cuantificar os custos asociados, planificar a dispoñibilidade de liquidez nas distintas fases do proceso de deseño, etc.

Na práctica, as normas contables e ferramentas dispoñibles adoitan ser de pouca utilidade e os programas de contabilidade non recollen moitos dos custos dun proceso de deseño, especialmente os intanxibles. Por iso, é necesario desenvolver ferramentas que nos faciliten considerar, polo menos, os principais elementos que forman parte do proceso de deseño, co obxectivo de dimensionar as nosas necesidades a curto, medio e longo prazo; polo tanto, planificando a curto, medio ou longo prazo, o posible retorno destes investimentos, o que chamamos RODI, o ROI do deseño (*Return On Design Investments*).

MEDIR O RODI

Medir o RODI implica definir moi ben o tipo de retorno que buscamos, se é exclusivamente económico ou se queremos introducir outras dimensións que aporta o deseño como: notoriedade, posicionamento, coñecemento, produtividade, mellora do servizo, desenvolvemento de habilidades, etc.

Ese retorno, baseado nos indicadores que elixamos, terá un carácter tanxible ou intanxible, pode reflectirse na nosa conta de resultados, a través das vendas, custos ou resultados a curto ou longo prazo, pero tamén nos nosos balances, como un activo, tanto corrente como non corrente, tanxible ou intanxible.

O reto é deseñar unha ferramenta que poida ser empregada por calquera tipo de empresa para axudar a tomar decisións estratéxicas. Aínda que o valor resultante do RODI non é preciso, axudará a incorporar á nosa contabilidade, de acordo coas normas contables vixentes, certos elementos que nos acheguen á realidade, evitando así distorsións significativas no noso plan de tesourería, nas nosas contas de resultados e nos nosos balances.

ESTRUTURA DUNHA FERRAMENTA PARA ESTIMAR O RETORNO DOS INVESTIMENTOS DE DESEÑO

2 parametros de partida:

A- Profesionais do deseño no cadro de persoal (custo fixo) fronte a gastos en adquisición de servizos de deseño exterior.

B- O factor tempo: non é o mesmo calcular o retorno dunha campaña publicitaria que o desenvolvemento dun produto ata o seu lanzamento en por exemplo 2 anos, ou o posicionamento dunha marca en por exemplo 5 anos. Do mesmo xeito, pensemos nun espazo efémero (por exemplo un stand), unha tenda ou complexas instalacións como por exemplo un hospital.

En canto ao parámetro A, o salario de deseñadoras e deseñadores no cadro de persoal non representa obviamente a totalidade dos investimentos en deseño, pero o seu valor asociado a outros indicadores como novos produtos ofrecidos á venda, vendas realizadas no período que se considera ou penetración en certos mercados, ademais de todos os custos asociados ao traballo realizado por profesionais e estudos de deseño, investigacións, prototipos e testeos, ofrécenos ratios... Ao que tamén hai que engadir a adquisición de deseño de servizos externos, algo común nas empresas que teñen profesionais do deseño no cadro de persoal. Con todo isto teremos un valor. Este valor distribúese por período contable segundo produtos e/ ou servizos, por exemplo, menos dun ano, 2 anos, 5, 10, segundo a actividade e os tipos de deseño.

Outra clave (e funcionalidade da ferramenta) é «nomear» o deseño aplicado, polo que se propón seguir a clasificación taxonómica definida no estudo. Coñecemos as limitacións deste tipo de clasificación, que segundo a actividade, o sector ou a cultura interna, haberá moitos «outros». Non obstante, consideramos que a clasificación taxonómica proposta é suficientemente ampla como para que a maioría dos deseños realizados dentro de calquera empresa atopen «o seu nome» e o seu lugar. Recomendamos que os «outros», que seguirán aparecendo como é lóxico, non representen máis do 20% do total.

CRITERIOS

En qué se pretende investir ↓

2 niveis: 5 bloques + identificación campo(s) de cada bloque

Bloques

- Deseño gráfico e comunicación visual
- Deseño de procesos e organización
- Deseño dixital
- Deseño industrial e de produto
- Deseño de espazos
- Campo (consultar a taxonomía completa)
- Exemplo do deseño gráfico e comunicación visual
- Identidade corporativa ou produto
- Gráfica aplicada e publicidade
- Envase
- Editorial
- Tipografía
- Sinalética

Tempo ↓

O factor tempo é unha das variables máis importantes á hora de tomar decisións de investimento. A noción de tempo cando falamos de deseño pódese definir en varios «usos»: como período (duración, unidade de tempo), como instante (localización, contexto), como activo (dispoñibilidade, proceso), como velocidade de axuste (dinámica, equilibrio), como relación ou dedicación (compensación), como oportunidade (idoneidade) ou como contexto (posibilidades). Por este motivo, pode ser importante diferenciar o que o investimento indica nas nosas contas (segundo os indicadores de xestión que establecemos) e como nos gustaría que fose o retorno do noso investimento (desexo). A dispersión entre un valor ou outro axudaranos a dimensionar os nosos investimentos segundo os recursos dispoñibles.

Investimento puntual ou distribuído

- Inferior a 1 ano
- Medio prazo: 2 anos
- Longo prazo: 5 anos
- Moi longo prazo: 10 anos ou máis

Retorno desexado

- A 1 ano
- Medio prazo: 2 anos
- Longo Prazo: 5 anos
- Moi longo prazo: 10 anos ou máis

Dimensión da empresa/organización na que terá un impacto o investimento en deseño (seleccionar 3 das 9 posibles) ↓

Cientes

- Vendas
- Umbral de rendibilidade

Persoas

- Masa salarial de deseñadores en cadro de persoal
- Colaboradores externos

Provedores

- Custo total prestacións de servizos de deseño
- Axudas (públicas ou outras fontes de financiación)

Cultura

- Cultura organizativa (Índice)
- Cultura ecosistema no que opera a empresa (Índice)

Mercado

- Xeográfico (%)
- Potencial

Deseño

- Tanxible (valor a identificar no activo do noso balance)
- Intanxible (valor a identificar no activo do noso balance)

Custos

- Fixos relacionados con deseño
- Variables (sumando colaboradores o prestacións)

Resultados/Beneficios

- Económicos
- Sociais
- Medioambientais

Investimentos

- Cuantía
- RODI

Análise

- Cuantitativo (Balance)
- Cualitativo (Matriz prioridade segundo importancia/urxencia)

O deseño dunha ferramenta para a análise e cálculo dos investimentos en deseño será útil para calquera empresa, independentemente do seu tamaño e sector de actividade.

**Axudará a dimensionar os
investimentos a realizar**

Axudará a minimizar os riscos

Axudará a tomar decisións

**E axudará a visualizar non só
o verdadeiro valor do deseño,
senón tamén o seu retorno.**

